

**CAP'
COM**



VOS FORMATIONS

EN COMMUNICATION

PUBLIQUE

CAP'COM CAMPUS 2027

La com publique
est un service public

in

P.16
**INFOGRAPHIE
DÉTACHABLE**
Éthiquomètre
« Information et
valorisation de
l'action publique »



LA QUALITÉ CAP'COM

AU-DELÀ D'UNE CERTIFICATION, UN ENGAGEMENT COLLECTIF



AU SERVICE DE L'INTÉRÊT COLLECTIF

Cap'Com est une coopérative d'intérêt collectif qui fédère, anime et représente depuis près de 40 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. Chaque personne qui souhaite soutenir le réseau professionnel et lui donner les moyens de son indépendance, de son développement et de sa pérennité peut devenir associée.



Cap'Com est engagé dans une démarche qualité globale. Les formations Cap'Com accompagnent le développement des compétences du métier de communicant public. Toute l'organisation de Cap'Com est tournée vers l'acquisition d'un socle théorique et méthodologique solide en communication publique, ainsi que l'animation du réseau et le partage de bonnes pratiques.

Cap'Com se conforme au référentiel national Qualiopi. Il atteste la qualité du processus mis en œuvre par les organismes de formation.

DES FORMATIONS ÉVALUÉES ET AMÉLIORÉES

Les formations Cap'Com font l'objet d'une évaluation systématique en fin de session :

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

L'évaluation porte sur l'atteinte des objectifs pédagogiques définis et votre capacité à mettre en œuvre les compétences acquises lors de la formation. Nous mesurons également votre satisfaction quant à l'organisation de la formation : accueil, convivialité et mise en réseau.

DES FORMATRICES ET FORMATEURS EXPERTS

Le réseau des formatrices et formateurs Cap'Com est composé d'une quarantaine d'experts spécialistes de la communication et praticiens du secteur public et des collectivités locales. Tous partagent la conviction que la communication est un outil stratégique de la conduite des politiques publiques. Habités à transmettre leurs compétences, ils appuient leur pédagogie sur l'échange et le partage d'expériences.

Ils s'engagent aux côtés de Cap'Com au bénéfice du réseau de la communication publique et territoriale.

La liste complète des formateurs Cap'Com est présentée page 30.

ÉDITO

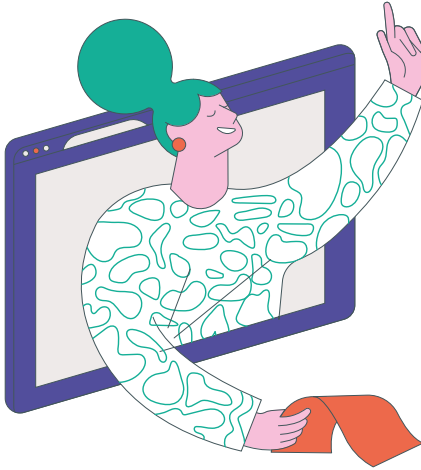
MONTER EN COMPÉTENCES, SÉCURISER SES PRATIQUES



AUDE RISTAT
DIRECTRICE
PÉDAGOGIQUE

Désinformation, accélération du tempo, saturation des contenus... notre monde bousculé nécessite de trouver des points d'ancrage. Dans ce contexte et face à la défiance ambiante, les communicants publics peuvent se positionner comme des repères de confiance. Une confiance dont les enjeux quotidiens s'expriment dans vos échanges avec les citoyens, les élus et les services. Une confiance nourrie de vos expertises et de la pratique éthique de votre métier.

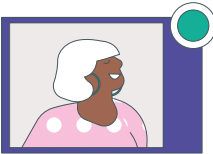
Le catalogue 2027 des formations Cap'Com vous propose de développer vos compétences sur des thématiques variées. Il s'enrichit cette année d'un cahier central entièrement consacré à l'éthique et à la façon de l'inscrire concrètement dans la communication publique. Et qui dit éthique aujourd'hui, dit aussi intelligence artificielle : un sujet incontournable, que nous vous proposons d'aborder avec discernement pour construire ensemble un usage éclairé.



191
SESSIONS DE
FORMATION

sont proposées dans ce catalogue 2027 des formations Cap'Com qui accompagne tous ceux qui s'intéressent aux enjeux de communication d'intérêt général ou de la sphère publique locale. Les formats des formations sont diversifiés et adaptés en fonction des sujets et du public auquel il s'adresse.

8,9/10 ★ ★ ★
LA NOTE DE SATISFACTION
GLOBALE DONNÉE PAR LES
PARTICIPANTS EN 2025



43
FORMATEURS
SPÉCIALISTES DE
LA COMMUNICATION
ET DU SECTEUR PUBLIC



2 500
PERSONNES
FORMÉES
CHAQUE ANNÉE
PAR CAP'COM

Numéro de déclaration d'activité de formation professionnelle : 82690834469
Cap'Com est certifié Qualiopi (catégorie actions de formation) et ses formations sont éligibles aux fonds mutualisés (gérés par les Opco).
Conception et coordination de la formation : Cap'Com • Création et mise en page : **agence Giboulées** • Impression : Pure Impression, imprimerie certifiée ISO9001, 14004 et 12647, détentrice des labels Imprim'vert, Print Environnement et Imprim Luxe sur papier offset dont l'origine des fibres utilisées est connue et issues de forêts gérées responsablement, sur imprimante HRUV. www.pure-impression.fr • Tirage : 8 000 exemplaires • Septembre 2026



SOMMAIRE

LES FORMATIONS
PROFESSIONNELLES

P. 2 La qualité Cap'Com : au-delà d'une certification, un engagement collectif	P. 15 L'éthique, clé de voûte de la communication publique	P. 16 Infographie détachable : éthiquomètre « Information et valorisation de l'action publique »	P. 27 Cap'Com Campus : tarifs, formats, événements	P. 30 Les formateurs du réseau Cap'Com
--	--	--	--	--



ACCOMPAGNER LES TRANSFORMATIONS ET LES NOUVEAUX MANDATS

Nouvelle mandature, nouvelle stratégie : maîtriser la communication publique locale	6
NOUVEAU Faire de la participation citoyenne un levier de transformation de la collectivité et du territoire	6
NOUVEAU Co-construire le récit de transition pour engager la transformation par la communication	6

MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

Les bases juridiques de la communication publique	7
Propriété intellectuelle et droit à l'image	7
Communication institutionnelle : déjouer les pièges en période pré-électorale	7

DONNER DE LA PERSPECTIVE À SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

NOUVEAU FORMAT Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance	8
Renforcer sa communication : saisir les opportunités stratégiques et opérationnelles	8
Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence	8
NOUVEAU Repenser sa posture institutionnelle pour créer du lien avec les 15-25 ans	8
NOUVEAU Comprendre les comportements pour accompagner le changement	9
NOUVEAU Prendre le pouls de son territoire grâce à l'IA	9
Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets	9
NOUVEAU Penser son logo comme levier de communication	9

FAIRE VIVRE UNE COMMUNICATION RESPONSABLE

Concevoir des événements à impact positif	10
Renforcer sa stratégie de communication par la sobriété éditoriale	10
Intégrer une démarche d'éco-conception dans la création de supports graphiques	10
Mettre en œuvre une démarche numérique responsable	11
Mener un projet de création ou de refonte d'un site web éco-conçu	11
Bien écrire et écoconcevoir les contenus de son site web	11

AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION

Communication publique : articuler print, web et réseaux sociaux	12
Concevoir un planning éditorial bimédia cohérent	12
Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication	12
Repenser la place du journal dans son écosystème d'information	13
Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	13
NOUVEAU Optimiser l'impact de son magazine municipal, audience et performance	13

RÉUSSIR SA COMMUNICATION INTERNE

Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne	14
Concevoir et améliorer son journal interne	14
Optimiser ou refondre son intranet	14

L'ÉTHIQUE, CLÉ DE VOÛTE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

NOUVEAU Intégrer l'éthique dans sa communication	18
NOUVEAU Bâtir la confiance dans sa communication face à l'infobésité et aux dérives de l'IA	18
Maîtriser et utiliser les principes du langage clair	18
Rendre la communication accessible à tous : de la théorie à la pratique	18

UTILISER L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AVEC PERTINENCE

IA générative et communication publique : comprendre, expérimenter, intégrer	19
Renforcer sa communication éditoriale par l'intelligence artificielle	19
NOUVEAU Communication visuelle avec l'IA : décider et créer sans risque	19

MAÎTRISER L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL

Développer un écosystème digital agile	20
Maîtriser le community management et la conversation multicanale	20
NOUVEAU Construire et optimiser sa communication sur Instagram	20
Construire et optimiser sa communication sur linkedIn	21
Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation	21
Animer sa communication avec du motion design (After Effects)	21
Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	22
Créer et optimiser sa newsletter pour renforcer le lien avec ses publics	22
NOUVEAU FORMAT Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	22

RENFORCER SA POSTURE PROFESSIONNELLE

Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	23
NOUVEAU Manager la créativité de son équipe : outils et méthode	23
NOUVEAU Face aux médias : maîtriser sa communication, gagner en impact	23

DÉVELOPPER SON EXPERTISE MÉTIER

Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible	24
Gestion de projet : bien conduire son action de communication	24
Développer les relations presse dans la communication de son institution	24
Développer une stratégie d'influence pour son institution	25
Réussir le protocole territorial	25
Animer une démarche de marque employeur	25
Mettre en place, repenser ou ajuster une démarche de marketing territorial et de mise en récit partagée	26
Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	26
Développer sa créativité photographique pour sa communication	26



ACCOMPAGNER LES TRANSFORMATIONS ET LES NOUVEAUX MANDATS

fp_001 / fp_089

Nouvelle mandature, nouvelle stratégie : maîtriser la communication publique locale

COMPÉTENCES VISÉES	_ Connaître le rôle et le fonctionnement de la communication dans une collectivité locale
	_ Maîtriser les techniques d'évaluation de la communication
	_ Comprendre et traduire le projet de mandat, le projet de la collectivité
	_ Avoir une vision stratégique de sa communication institutionnelle
	_ Piloter la communication et collaborer avec les élus et l'interne
	_ Maîtriser le cadre réglementaire de la communication publique

PRÉREQUIS

Avoir pour objectif d'élaborer une stratégie de communication

PROGRAMME	_ Maîtriser le fonctionnement de la communication dans les collectivités locales
	_ Faire un état des lieux de la communication existante
	_ Construire la feuille de route de la communication
	_ Mettre en place la dynamique de communication
	_ Partager et valoriser le pilotage de la communication

FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 3 JOURS / 21H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 30, 31 MARS, 1 ^{ER} ET 2 AVR. EN LIGNE	T1..... 1 135 € HT	3 CRÉDITS DE FORMATION
31 MAI, 1 ^{ER} ET 2 JUIN TOULOUSE	T2..... 1 575 € HT	
📅 12, 13, 14 ET 15 OCT. EN LIGNE	T3..... 1 985 € HT	
	T4..... 2 205 € HT	

fp_115

Co-construire le récit de transition pour engager la transformation par la communication

COMPÉTENCES VISÉES	_ Décrypter les aspirations sociétales actuelles pour nourrir l'action publique territoriale
	_ Concevoir et animer des dispositifs de communication pour accompagner les transitions environnementales
	_ Sensibiliser et mobiliser les parties prenantes du territoire aux défis socio-environnementaux
	_ Valoriser le rôle des institutions et du service public comme moteurs du changement

PRÉREQUIS

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

fp_050 / fp_091

Faire de la participation citoyenne un levier de transformation de la collectivité et du territoire

COMPÉTENCES VISÉES	_ Piloter une démarche de concertation en articulant outils numériques et présentiel
	_ Promouvoir la concertation auprès des élus et de l'encadrement
	_ Capter, recueillir et analyser la parole des habitants, des associations et des forces vives du territoire
	_ Restituer les contributions citoyennes de manière transparente afin de renforcer la confiance envers l'action publique locale

PRÉREQUIS

Avoir un projet lié à la participation citoyenne

PROGRAMME	_ Connaître les enjeux, les objectifs, le contexte et les évolutions de la participation citoyenne
	_ Comprendre les conditions de réussite d'une démarche de participation
	_ S'outiller pour la participation et communiquer
	_ Construire une démarche globale
	_ Évaluer une démarche participative

FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 10, 11 ET 12 MARS EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
2 ET 3 JUIN PARIS	T2..... 1 115 € HT	
📅 24, 25 ET 26 NOVEMBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	

NOUVEAU

PROGRAMME	_ Comprendre les enjeux de la transition écologique pour construire les projets de territoire
	_ Construire une dynamique de coopération multi-acteur autour de l'élaboration d'une communication concertée pour soutenir le projet de territoire en transition
	_ Co-construire un récit partagé autour du projet de territoire en transition socio-écologique
	_ Passer du récit partagé à des actions de communication engageante qui permettent de mettre en mouvement

FORMATEUR CHRISTOPHE BULTEL

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 3, 4 ET 5 FÉVRIER EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 15, 16 ET 17 SEPT. EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	



MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

fp_013 / fp_127

Les bases juridiques de la communication publique

COMPÉTENCES VISÉES	_ Intégrer les obligations de la commande publique dans le choix des modes de gestion et l'achat de prestations de communication
	_ Modérer les comptes officiels sur les réseaux sociaux dans le respect de la liberté d'expression et du cadre légal
	_ Garantir l'application stricte du droit d'expression des élus dans les différents supports institutionnels
	_ Auditer ses pratiques de collecte et de traitement des données pour assurer la conformité RGPD de la collectivité

PROGRAMME	_ Comprendre la communication publique comme un service public
	_ Maîtriser le droit d'expression des élus dans les supports de communication
	_ Comprendre la TVA et les publications territoriales
	_ Sécuriser la communication institutionnelle et les réseaux sociaux
	_ Connaître les différents modes de gestion

FORMATRICE ROLANDE PLACIDI

DATE : 1 JOUR / 7H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 31 MAI ET 1 ^{ER} JUIN EN LIGNE	T1..... 515 € HT	1 CRÉDIT DE FORMATION
📅 20 ET 21 SEPTEMBRE EN LIGNE	T2..... 685 € HT	
15 NOVEMBRE PARIS	T3..... 860 € HT	
	T4..... 915 € HT	

fp_016 / fp_097

Communication institutionnelle : déjouer les pièges en période pré-électorale

COMPÉTENCES VISÉES	_ Sécuriser juridiquement l'ensemble des actions de communication de l'institution au regard des exigences du Code électoral
	_ Identifier, cartographier et désamorcer les situations de communication à risque
	_ Évaluer les risques contentieux pour guider les choix des décideurs

PRÉREQUIS

Exercer des fonctions de direction, de cabinet ou de chargé de communication au sein d'une structure publique soumise aux obligations de réserve et de neutralité à l'approche d'une échéance électorale

fp_015 / fp_023

Propriété intellectuelle et droit à l'image

COMPÉTENCES VISÉES	_ Maîtriser et appliquer le cadre juridique de la communication publique lié au droit d'auteur et aux droits de la personne
	_ Rédiger, analyser et valider des clauses de cession de droits
	_ Mettre en œuvre des procédures de contrôle de conformité avant toute diffusion

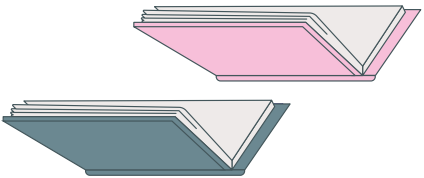
PRÉREQUIS

Être amené, dans le cadre de ses fonctions, à commander, valider, produire ou diffuser des contenus rédactionnels, graphiques, photographiques ou audiovisuels pour une structure publique

PROGRAMME	_ Comprendre le droit d'auteur, sa preuve et les droits voisins
	_ Sécuriser l'utilisation des créations : contrats, cession de droits et gestion collective
	_ Appliquer le droit à l'image des personnes et des biens
	_ Mise en situation : sécuriser les droits d'un film institutionnel

FORMATEUR JAMEL RBAH

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
17 ET 18 JUIN PARIS	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 29, 30 SEP. ET 1 ^{ER} OCT. EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
📅 13, 14 ET 15 DÉCEMBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	





DONNER DE LA PERSPECTIVE À SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

fp_088

NOUVEAU FORMAT 

Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Piloter la stratégie globale de communication en l'alignant directement sur les priorités et le projet politique de l'institution
- _ Concevoir et déployer des tableaux de bord de performance
- _ Manager et fédérer ses équipes autour d'une culture commune d'utilité, de responsabilité et de résultat
- _ Optimiser l'organisation du service communication en s'appuyant sur les données issues de l'évaluation
- _ Défendre ses budgets et augmenter sa part de voix en mobilisant un réseau d'alliés internes

PROGRAMME

- _ Définir des objectifs et choisir les bons indicateurs
- _ Passer de l'objectif au dispositif de mesure
- _ Évaluer l'efficacité de ses actions
- _ Construire ses tableaux de bord
- _ Valoriser la performance et légitimer la fonction communication

FORMATRICE ISABELLE MARX

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 1^{ER}, 2 ET 16 FÉVRIER EN LIGNE
- 14, 15 ET 29 JUIN EN LIGNE
- 22, 23 NOV. ET 7 DÉC. EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_002 / fp_092

Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Maîtriser les outils de chaque phase du cycle d'élaboration d'un plan de communication
- _ Piloter le dialogue avec les parties prenantes pour fédérer autour des actions de communication
- _ Définir des indicateurs de performance pertinents pour mesurer l'impact et l'utilité publique des actions menées

PROGRAMME

- _ Réaliser le diagnostic de communication
- _ Organiser le dialogue avec les parties prenantes
- _ Développer une vision stratégique transverse de sa communication
- _ Structurer son plan de communication et opérationnaliser son plan de communication
- _ Piloter et évaluer le plan de communication

FORMATRICE ANNE BLANCHARD

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 8, 9 ET 10 MARS EN LIGNE
- 10, 11 ET 12 MAI EN LIGNE
- 13 ET 14 SEPTEMBRE PARIS
- 22, 23 ET 24 NOVEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_004/fp_124

Renforcer sa communication : saisir les opportunités stratégiques et opérationnelles

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Valoriser son institution et le service public
- _ Ancrer ses recommandations dans un diagnostic robuste
- _ Arbitrer et diversifier les leviers stratégiques et opérationnels (outils traditionnels et émergents comme l'IA) adaptés aux objectifs de l'institution
- _ Orchestrer les différentes actions de communication et se donner des objectifs de performance

PROGRAMME

- _ Comprendre les objectifs, acteurs et enjeux
- _ Passer du brief à l'action
- _ Maîtriser l'ingénierie de projet
- _ Conduire le changement

FORMATEUR FABIEN BONNET

DATES : 3 JOURS / 21H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 2, 3, 4 ET 5 MARS EN LIGNE
- 8, 9, 10 ET 11 JUIN EN LIGNE
- 29, 30 SEP. ET 1^{ER} OCT. PARIS

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

3 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_051 / fp_119

Repenser sa posture institutionnelle pour créer du lien avec les 15-25 ans

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Identifier les canaux de communication prioritaires pour toucher la cible des 15-25 ans sur un territoire
- _ Traduire une information institutionnelle ou réglementaire en un contenu attractif et adapté aux nouveaux usages mobiles
- _ Ajuster la posture narrative d'une collectivité pour passer d'une communication descendante à une logique de dialogue

PROGRAMME

- _ Les 15-25 ans : comprendre un public pluriel et son rapport au territoire
- _ Comprendre comment les jeunes s'informent et pourquoi la parole institutionnelle peine à les toucher
- _ Identifier ce qui crée de la distance avec la parole institutionnelle
- _ Adapter sa parole, ses contenus et ses canaux
- _ Passer de « communiquer aux jeunes » à « créer une relation avec eux »
- _ Construire une mini-stratégie

FORMATRICE DELPHINE BOISDRON

DATE : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 18 ET 19 MARS EN LIGNE
- 14 JUIN PARIS
- 19 ET 20 OCTOBRE EN LIGNE

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

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_060 / fp_136

NOUVEAU 

Comprendre les comportements pour accompagner le changement

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Mobiliser les concepts de la psychologie sociale pour analyser les comportements des publics cibles sur le terrain
- _ Formuler un diagnostic comportemental pertinent en amont de la conception des actions de communication
- _ Adapter la posture et le message pour lever les freins individuels et collectifs au changement

PRÉREQUIS

Participer à la conception ou au déploiement d'une politique publique, d'un projet de transformation ou d'une campagne de sensibilisation visant un changement de comportement des usagers ou des agents

PROGRAMME

- _ Comprendre les théories du comportement et la communication
- _ Pratiquer la grille d'analyse des comportements
- _ Comprendre les étapes du changement
- _ Concevoir un plan d'action

FORMATEUR XAVIER BRISBOIS

DATE : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 18 ET 19 MARS EN LIGNE
- 15 JUIN PARIS
- 11 ET 12 OCTOBRE EN LIGNE

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

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_090 / fp_123

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

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Renforcer la créativité et l'attractivité de sa communication
- _ Concevoir une trame narrative structurée servant de fil conducteur à une campagne de communication
- _ Cadrer l'usage du storytelling en identifiant clairement ses forces, ses contraintes et ses limites déontologiques dans la sphère publique
- _ Déployer des contenus créatifs axés sur l'intérêt général, en résonance avec les attentes contemporaines des citoyens

PROGRAMME

- _ Comprendre ce que le récit change à la communication
- _ Comprendre la puissance du récit et ses limites
- _ Identifier un sujet qui mérite réellement un récit
- _ Faire émerger la mécanique d'une trame narrative
- _ Construire sa première trame narrative
- _ Apprendre à challenger et renforcer une trame

FORMATRICE SYLVIE BOUTAUDOU

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 8, 9 ET 10 MARS EN LIGNE
- 2, 3 ET 4 JUIN EN LIGNE
- 2 ET 3 NOVEMBRE PARIS

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_030 / fp_129

NOUVEAU 

Prendre le pouls de son territoire grâce à l'IA

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Sélectionner et configurer les outils d'IA adaptés pour automatiser la surveillance de l'écosystème local
- _ Analyser de grands volumes de commentaires, de rapports ou d'échanges citoyens pour en extraire des thématiques-clés
- _ Rédiger des synthèses d'aide à la décision à destination des élus et des directions générales à partir des données récoltées par l'IA

PROGRAMME

- _ Du bruit au signal : construire son dispositif d'écoute territoriale
- _ Ce que l'IA peut réellement apporter au communicant
- _ Interroger l'IA et faire parler un corpus territorial
- _ Du signal à la décision : vérifier, qualifier et restituer

FORMATEUR PATRICE RAZET

DATE : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 11 ET 12 FÉVRIER EN LIGNE
- 21 ET 22 JUIN EN LIGNE
- 25 NOVEMBRE PARIS

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

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_132

NOUVEAU 

Penser son logo comme levier de communication

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Réaliser l'audit critique de l'identité visuelle d'une institution publique pour mesurer son impact et sa force de reconnaissance
- _ Rédiger un brief créatif précis et structuré qui positionne le logo comme le pilier central de la stratégie de communication
- _ Concevoir des supports de communication didactiques qui s'appuient sur le logo pour expliquer le rôle de l'institution
- _ Animer des temps de concertation et de dialogue avec les citoyens et les partenaires autour de l'identité visuelle du territoire
- _ Concevoir un plan de déploiement interne et externe pour accompagner le changement d'identité visuelle

PROGRAMME

- _ Pourquoi refondre ou changer son logo ?
- _ Connaître les critères d'un bon logo
- _ Maîtriser les différentes étapes de la création ou de la refonte d'un logo
- _ Maîtriser la charte graphique
- _ Développer les opportunités de communication offertes par un nouveau logo

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

- 3, 4 ET 5 MARS EN LIGNE
- 27, 28 ET 29 OCTOBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION



FAIRE VIVRE UNE COMMUNICATION RESPONSABLE

fp_109

Concevoir des événements à impact positif

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Accompagner les politiques de transitions environnementales et sociétales
- _ Animer des projets événementiels et partenariaux responsables
- _ Identifier et intégrer l'ensemble des parties prenantes à sa démarche
- _ Être en capacité d'éco-socio-concevoir ses actions de communication

PRÉREQUIS

Être amené à concevoir, piloter ou coordonner des manifestations publiques (fêtes, vœux, salons, inaugurations)

PROGRAMME

- _ Connaître les contexte, enjeux et cadre réglementaire de la communication responsable
- _ Positionner la gouvernance comme préalable à un événement responsable
- _ Mettre en œuvre un événement responsable
- _ Faire le bilan de son événement
- _ Focus sur les évènements hybrides ou digitaux

FORMATRICE ÉLODIE HÉRISSON

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

3, 4 ET 5 MARS EN LIGNE	T1.....	820 € HT
22, 23 ET 24 SEPTEMBRE EN LIGNE	T2.....	1 115 € HT
24, 25 ET 26 NOVEMBRE EN LIGNE	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_043 / fp_131

Renforcer sa stratégie de communication par la sobriété éditoriale

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Faire évoluer ses pratiques éditoriales vers un modèle de production numérique plus responsable
- _ Évaluer l'impact environnemental et social des contenus diffusés par son institution
- _ Argumenter et valoriser la démarche de sobriété auprès des décideurs, des élus, de la DSI et des contributeurs internes

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Prendre conscience de l'impact du numérique : charge mentale, efficacité et pollution numérique
- _ Mettre en œuvre facilement la sobriété éditoriale
- _ Comprendre les fondamentaux d'une charte de sobriété éditoriale

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

11 ET 12 MARS EN LIGNE	T1.....	515 € HT
21 ET 22 OCTOBRE EN LIGNE	T2.....	685 € HT
17 NOVEMBRE PARIS	T3.....	860 € HT
	T4.....	915 € HT

1 CRÉDIT DE
FORMATION



fp_048 / fp_128

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

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Piloter une production graphique globale alliant créativité visuelle et contraintes environnementales
- _ Traduire les objectifs de transition écologique de la collectivité dans la fabrication des outils de communication
- _ Évaluer l'impact socio-environnemental de ses créations

PROGRAMME

- _ Comprendre les liens entre le graphisme et l'environnement
- _ Connaître les papiers et leurs labels, les formats et les finitions, les techniques d'impression ainsi que les mentions à mettre sur sa création éco-conçue
- _ Assurer la gestion finale de la création
- _ Intégrer l'accessibilité et l'inclusion

FORMATRICE LUCILE QUERO

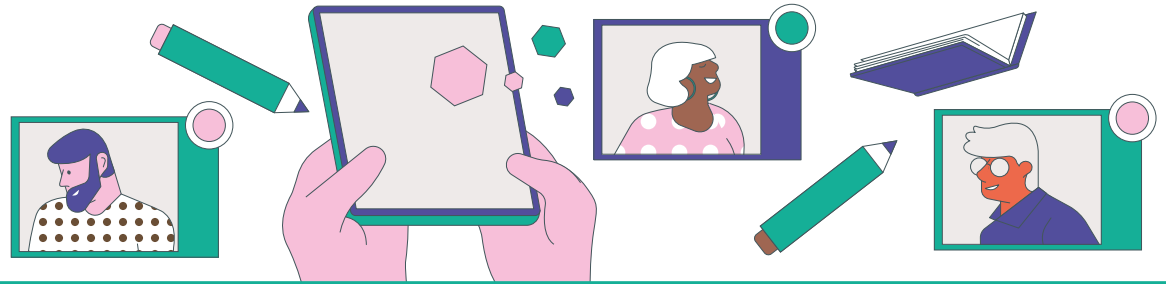
DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

1 ^{er} ET 2 FÉVRIER EN LIGNE	T1.....	515 € HT
7 ET 8 JUIN EN LIGNE	T2.....	685 € HT
21 SEPTEMBRE PARIS	T3.....	860 € HT
15 ET 16 NOVEMBRE EN LIGNE	T4.....	915 € HT

1 CRÉDIT DE
FORMATION



fp_126

Mettre en œuvre une démarche numérique responsable

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Intégrer le cadre juridique de l'accessibilité numérique et de l'éco-conception dans ses projets
- _ Piloter le développement ou la refonte d'un site web accessible et éco-conçu
- _ Produire des contenus accessibles et sobres pour les sites web et les réseaux sociaux
- _ Structurer et lancer une démarche globale de numérique responsable au sein de sa direction

PRÉREQUIS

Être décisionnaire ou partie prenante sur l'écosystème numérique de communication

PROGRAMME

- _ Comprendre les enjeux et les impacts du numérique
- _ Connaître les clés d'action pour diminuer l'impact numérique
- _ Maîtriser l'accessibilité et inclusion numérique
- _ Comprendre la captologie et l'impact numérique sur la santé mentale
- _ Concevoir un plan d'action numérique responsable dans son organisation

FORMATRICE JADE VINCENT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

15, 16 ET 17 MARS EN LIGNE	T1.....	820 € HT
14, 15 ET 16 JUIN EN LIGNE	T2.....	1 115 € HT
4, 5 ET 6 OCTOBRE EN LIGNE	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_031 / fp_075

Bien écrire et écoconcevoir les contenus de son site web

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser l'information selon les nouvelles habitudes de lecture et dans le respect de l'accessibilité numérique
- _ Auditer et évaluer la qualité éditoriale ainsi que la pertinence des contenus existants
- _ Appliquer les bonnes pratiques d'éco-conception éditoriale
- _ Sensibiliser et accompagner les contributeurs internes aux règles de l'éco-conception éditoriale

PRÉREQUIS

Communiquer sur un site web, des newsletters, ou avoir un projet en cours de réalisation

fp_027 / fp_103

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

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Bâtir la feuille de route méthodologique d'un projet de site web éco-conçu
- _ Mobiliser et coordonner les parties prenantes internes et externes autour des enjeux de sobriété et d'accessibilité
- _ Réaliser le diagnostic d'un site existant pour identifier les priorités d'optimisation
- _ Arbitrer les choix techniques et éditoriaux pour concilier impact environnemental et efficacité du message public

PRÉREQUIS

Être partie prenante d'un projet de conception ou de refonte d'un site web

PROGRAMME

- _ Comprendre l'écoconception d'un site web
- _ Connaître les référentiels et outils d'écoconception
- _ Comprendre l'impact de l'IA sur l'écoconception
- _ Intégrer l'accessibilité numérique
- _ Auditer l'existant
- _ Piloter le projet

FORMATEUR SÉBASTIEN RUFER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

1 ^{er} , 2 ET 3 JUIN EN LIGNE	T1.....	820 € HT
22 ET 23 SEPTEMBRE PARIS	T2.....	1 115 € HT
15, 16 ET 17 NOVEMBRE EN LIGNE	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE
FORMATION

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

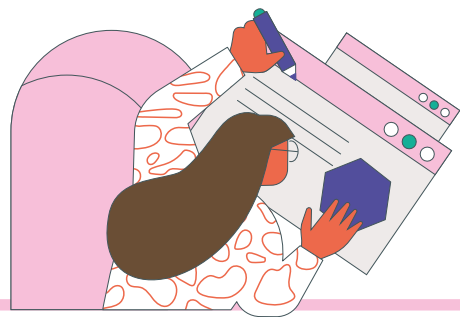
DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

16, 17, 18 ET 19 MARS EN LIGNE	T1.....	820 € HT
8, 9, 10 ET 11 JUIN EN LIGNE	T2.....	1 115 € HT
4 ET 5 NOVEMBRE PARIS	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE
FORMATION



AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION

fp_025 / fp_074

Communication publique : articuler print, web et réseaux sociaux

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Cartographier l'écosystème éditorial de sa collectivité et identifier les points de fragilité ou de redondance dans l'articulation print, web et réseaux sociaux
- _ Élaborer et piloter un flux de travail éditorial collaboratif complet intégrant l'amélioration continue
- _ Optimiser la visibilité des contenus grâce aux principes du SEO classique et du GEO
- _ Convaincre et embarquer les élus et les services dans de nouvelles pratiques éditoriales
- _ Collaborer en transversalité, en fluidifiant les échanges entre services pour co-produire et partager des contenus

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Articuler ses supports en fonction des temporalités et des attentes
- _ Connaître les formats éditoriaux adaptés au web
- _ Créer un écosystème éditorial cohérent et pertinent
- _ Rajeunir ses cibles
- _ Mesurer l'efficacité de sa stratégie

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 10, 11 ET 12 MARS EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
➤ 16, 17 ET 18 JUIN EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
4 ET 5 OCTOBRE PARIS	T3..... 1 470 € HT	
➤ 22, 23 ET 24 NOVEMBRE EN LIGNE	T4..... 1 575 € HT	

fp_096

Concevoir un planning éditorial bimédia cohérent

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Piloter des projets éditoriaux plurimédia en garantissant l'efficacité et la cohérence de la parole publique
- _ Fédérer et manager une équipe projet bimédia ainsi qu'un réseau de contributeurs internes
- _ Inscrire la programmation éditoriale dans une vision stratégique globale alignée sur les orientations de l'institution

PRÉREQUIS

Piloter ou animer la diffusion de contenus éditoriaux

PROGRAMME

- _ Organiser sa rédaction en bimédia
- _ Comprendre et utiliser les outils
- _ Créer son planning éditorial
- _ Mesurer l'efficacité de sa planification éditoriale

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 31 MARS ET 1 ^{ER} AVRIL EN LIGNE	T1..... 515 € HT	1 CRÉDIT DE FORMATION
➤ 25 ET 26 OCTOBRE EN LIGNE	T2..... 685 € HT	
	T3..... 860 € HT	
	T4..... 915 € HT	



fp_113

Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Connaître et comprendre les éléments de cadrage d'un réseau de correspondants (mission, animation, charte éditoriale et bonnes pratiques)
- _ Mobiliser et fidéliser un collectif de correspondants
- _ Outiller les correspondants non-professionnels de la communication pour faciliter la co-production de contenus conformes à la ligne éditoriale de l'institution
- _ Maintenir une dynamique collaborative pérenne

PRÉREQUIS

Avoir la charge de concevoir, lancer ou optimiser un réseau de correspondants, de contributeurs web/intranet ou de relais de communication au sein de son organisation

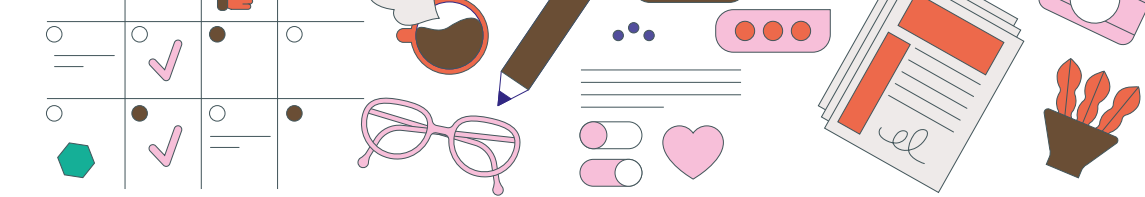
PROGRAMME

- _ Pourquoi créer un réseau / enjeux et objectifs
- _ Le réseau, une équipe transversale à animer et mobiliser
- _ Travailler en mode collaboratif avec le réseau : comment faire concrètement ?
- _ Construire une charte de valeurs pour le réseau

FORMATRICE CÉCILE STAROZ

DATES : 1 JOUR / 7H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 8 ET 9 FÉVRIER EN LIGNE	T1..... 515 € HT	1 CRÉDIT DE FORMATION
➤ 17 ET 18 JUIN EN LIGNE	T2..... 685 € HT	
➤ 23 ET 24 SEPTEMBRE EN LIGNE	T3..... 860 € HT	
➤ 25 ET 26 NOVEMBRE EN LIGNE	T4..... 915 € HT	

AGENDA



fp_020 / fp_116

Repenser la place du journal dans son écosystème d'information

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Définir une stratégie éditoriale cross media (cibles, objectifs de communication, ligne éditoriale, périodicité, canaux, diffusion, mesure des résultats)
- _ Animer une équipe éditoriale interne et externe
- _ Créer une dynamique de co-construction entre les différents canaux
- _ Proposer des contenus singuliers et performants qui répondent à vos objectifs de communication, à vos devoirs de juste information et aux attentes et usages des lecteurs
- _ Maîtriser la gestion d'un projet éditorial bimédia (budget, délais, ressources)
- _ Maîtriser les fondamentaux de l'écoconception
- _ Optimiser et piloter les flux de travail
- _ Utiliser l'IA de manière éthique et responsable dans le cadre d'un projet éditorial

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Concevoir le journal de sa collectivité à l'heure du numérique
- _ Définir l'identité de son journal
- _ Évaluer la performance de son journal
- _ Renforcer la visibilité de son journal
- _ Réussir sa gestion et planification budgétaire

FORMATRICE CAROLE BRUGGER

DATES : 1 JOUR / 7H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 13 ET 14 MAI EN LIGNE	T1..... 515 € HT	1 CRÉDIT DE FORMATION
➤ 4 ET 5 OCTOBRE EN LIGNE	T2..... 685 € HT	
9 DÉCEMBRE PARIS	T3..... 860 € HT	
	T4..... 915 € HT	

fp_057 / fp_112

Optimiser l'impact de son magazine municipal, audience et performance

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Concevoir et administrer des outils d'évaluation et des sondages d'opinion adaptés aux publics du territoire
- _ Analyser la performance de pénétration, de mémorisation et de satisfaction du magazine auprès des différentes cibles de lecteurs
- _ Bâtir des rapports de performance et de reporting stratégique pour démontrer objectivement l'efficacité du support papier
- _ Mettre en œuvre un plan d'action correctif sur la maquette et le contenu en fonction des arbitrages financiers et des attentes exprimées par le lectorat

fp_021 / fp_118

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

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Distinguer le sujet de l'angle pour dégager le message essentiel et répondre directement aux attentes du lectorat
- _ Maîtriser les techniques de construction d'un article selon le genre journalistique choisi
- _ Scénariser l'information en créant un circuit de lecture efficace (titraire, chapô, intertitres, relances)
- _ Condenser une information complexe en formats courts et percutants (brèves, encadrés)

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

- _ Élaborer sa ligne éditoriale et organiser l'information
- _ Soigner son style d'écriture et marquer les esprits
- _ Maîtriser les bonnes pratiques
- _ Analyser des publications

FORMATEUR ALAIN VERPILLAT

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 24, 25 ET 26 FÉVRIER EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
➤ 26, 27 ET 28 MAI EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
➤ 15, 16 ET 17 SEPTEMBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
15 ET 16 NOVEMBRE PARIS	T4..... 1 575 € HT	

NOUVEAU

PROGRAMME

- _ Connaître les techniques d'évaluation
- _ Maîtriser le quantitatif et les questionnaires
- _ Maîtriser le qualitatif
- _ Maîtriser l'analyse de contenu
- _ Comprendre la charte éditoriale

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
➤ 21, 22 ET 23 AVRIL EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
➤ 14, 15 ET 16 JUIN EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
28 ET 29 SEPTEMBRE PARIS	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	



RÉUSSIR SA COMMUNICATION INTERNE

fp_017 / fp_093

Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Aligner la stratégie de communication interne sur le projet d'administration et les enjeux de transformation de la collectivité
- _ Arbitrer, budgétiser et planifier le déploiement des dispositifs d'information en interne
- _ Concevoir des outils et des actions pour accompagner les managers dans leur rôle de relais de communication interne
- _ Piloter des indicateurs d'impact pour mesurer l'efficacité des actions et l'adhésion des agents

PROGRAMME

- _ Comprendre les fondamentaux de la communication interne
- _ Maîtriser les principales problématiques de la communication interne
- _ Définir une stratégie de communication interne
- _ Connaître les outils et actions de la communication interne

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

- 8, 9 ET 10 FÉVRIER EN LIGNE
- 7 ET 8 JUIN PARIS
- 20, 21 ET 22 SEPT. EN LIGNE
- 21 ET 22 OCTOBRE TOULOUSE
- 6, 7 ET 8 DÉCEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_018 / fp_095

Concevoir et améliorer son journal interne

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Concevoir, piloter et faire vivre la ligne éditoriale d'une publication interne
- _ Coordonner et sécuriser l'ensemble de la chaîne graphique et éditoriale dans le respect des délais et des budgets
- _ Déployer des actions d'animation pour développer le lectorat et l'engagement des agents
- _ Concevoir et administrer des outils de mesure pour évaluer l'impact de la publication et l'améliorer en continu

PROGRAMME

- _ Maîtriser les fondamentaux (objectifs, publics...)
- _ Analyser la presse interne des collectivités
- _ Évaluer le journal interne et comprendre les techniques
- _ Définir une charte éditoriale
- _ Développer son lectorat

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

- 11 ET 12 MARS EN LIGNE
- 13 ET 14 MAI EN LIGNE
- 27 SEPTEMBRE PARIS
- 8 ET 9 NOVEMBRE EN LIGNE

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

1 CRÉDIT DE FORMATION



fp_078

Optimiser ou refondre son intranet

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Fédérer et animer un réseau de contributeurs internes en les formant aux bonnes pratiques de l'écriture web et du partage d'information
- _ Développer la participation et l'intelligence collective au sein de la collectivité en favorisant les logiques transversales et l'ergonomie des contenus
- _ Articuler la ligne éditoriale institutionnelle avec les espaces d'expression et les fonctionnalités collaboratives de la digital workplace
- _ Évaluer l'engagement des agents et l'impact des contenus pour faire de la digital workplace un outil utile, fédérateur et performant au quotidien

PROGRAMME

- _ Comprendre et cadrer le besoin, les publics, les usages, l'écosystème existant et le périmètre
- _ Transformer le diagnostic en architecture, gouvernance, exigences et critères de cahier des charges en faisant les bons choix
- _ Faire vivre son intranet et s'engager dans une démarche d'amélioration continue

FORMATEUR FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

- 1^{er}, 2 ET 3 MARS EN LIGNE
- 2, 3 ET 4 JUIN EN LIGNE
- 13, 14 ET 15 OCTOBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE FORMATION

PRÉREQUIS

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

L'ÉTHIQUE, CLÉ DE VOÛTE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

L'éthique couvre des champs divers. Dans la communication publique, elle est l'ensemble des principes et des valeurs qui guident l'échange d'informations par les institutions publiques et les collectivités territoriales. Elle nourrit le sens de la mission au service de l'intérêt général, crédibilise l'engagement et contribue à recréer le lien de confiance avec les citoyens.

La communication publique a besoin d'éthique, mais comment la faire vivre à travers des stratégies, des plans d'action, des supports et des contenus ? Par la neutralité, la transparence, l'honnêteté et l'accessibilité de l'information pour tous les citoyens.

Pour des raisons multiples, il n'est pas toujours simple de passer de la théorie à la pratique. Afin d'accompagner les communicants publics dans l'intégration de l'éthique dans leurs actions, Cap'Com met à leur disposition quatre formations (présentées en dernière page de ce cahier central) et trois éthiquomètres.



L'ÉTHIQUOMÈTRE DE L'INFORMATION ET LA VALORISATION DE L'ACTION PUBLIQUE

★ Page 16 et 17



L'ÉTHIQUOMÈTRE DES MARCHÉS PUBLICS DE COMMUNICATION

★ Téléchargeable sur www.cap-com.org



L'ÉTHIQUOMÈTRE DE LA TRANSPARENCE ET L'ACCÈS À L'INFORMATION PUBLIQUE

★ Téléchargeable sur www.cap-com.org



ÉTHIQUOMÈTRE

INFORMATION ET VALORISATION DE L'ACTION PUBLIQUE

Évaluer nos pratiques professionnelles sur l'échelle éthique



- ☐ Respecter la **pluralité des points de vue** et indiquer leur existence
- ☐ Vérifier **les informations** et les sources avant de les publier
- ☐ Référencer **les auteurs** et gérer **leurs droits**
- ☐ Éclairer **les enjeux collectifs** (environnement, civisme, prévention, santé...) et contribuer au débat public
- ☐ Produire une information qui **favorise la participation des habitants**
- ☐ Faire valider par l'exécutif et/ou le cabinet **une charte éditoriale** qui garantit un équilibre entre la diffusion de l'information service et la valorisation de l'action publique
- ☐ Se concerter avec ses partenaires pour **éviter la superposition, voire la contradiction des messages**
- ☐ Recourir aux principes rédactionnels du **langage clair**, facile à lire et à comprendre

AVEC PRÉCAUTION



- ☐ Publier des **informations relatives à la mise en œuvre du mandat en cours**
- ☐ Utiliser **l'intelligence artificielle pour produire des contenus**, en l'indiquant aux lecteurs
- ☐ Faire des choix éditoriaux et **orienter les sujets** pour les rendre plus attractifs
- ☐ S'adresser de façon adaptée à chaque famille de public pour s'assurer d'une **bonne réception des messages**
- ☐ Classer les **informations par ordre d'importance** pour l'intérêt général
- ☐ Valoriser les **informations favorables ou positives** pour le territoire

À ÉVITER



- ☐ **Gommer les informations négatives** pour la collectivité publique
- ☐ **Reformuler de façon plus positive** les propos recueillis
- ☐ **Omettre des faits** permettant d'éclairer les citoyens
- ☐ **Sortir les images de leur contexte** ou ne pas les légender
- ☐ Utiliser des contenus **générés par l'intelligence artificielle sans le mentionner**
- ☐ Placer des **images des élus de façon abusive** dans tous les supports

FAUTIF

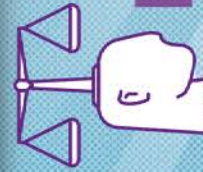


- ☐ Placer une **tribune de la majorité face à la libre expression des élus de la minorité**
- ☐ Valoriser la gestion ou les réalisations des élus (hors période de restriction) en vue de **favoriser leur future campagne électorale**
- ☐ Choisir de façon partisane des **chiffres ou des indicateurs non représentatifs pour tromper les lecteurs**
- ☐ **Automatiser la production et l'édition de contenus par intelligence artificielle**

ILLÉGAL



- ☐ **S'écarter des faits et les travestir** afin de favoriser la gouvernance
- ☐ Utiliser des images, musiques et textes **sans reconnaître les droits associés**
- ☐ Déformer des propos et/ou les sortir de leur contexte **afin de troubler les lecteurs**
- ☐ **Provoquer du harcèlement** en ciblant des personnes ou des organisations
- ☐ **Relayer sciemment de fausses informations** et renforcer les théories complotistes
- ☐ **Modifier les images en faisant disparaître des éléments ou des personnes**
- ☐ Fabriquer de **fausses informations ou images** afin d'abuser l'opinion publique



LES ÉTHIQUOMÈTRES DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

À travers des exemples concrets, positionnez vos actions de communication publique selon qu'elles respectent les valeurs d'égalité, d'intérêt général et de transparence. Sachez auto-diagnostiquer des écarts, induits par méconnaissance ou par des intentions hiérarchiques d'instrumentaliser la communication publique et allant jusqu'à provoquer des troubles à l'ordre public.

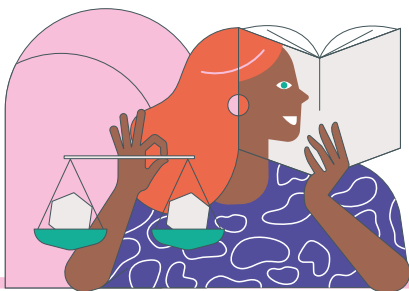
La répétition d'écart peut vous permettre d'alerter et d'obtenir de l'aide.

CAP' COM



Sur www.cap-com.org, complétez votre évaluation avec :

- les éthiquomètres « Information et valorisation de l'action publique » et « Transparence de l'action publique »
- les références aux textes-cadres : le code général des collectivités territoriales, les droits, obligations et déontologie des fonctionnaires, le code général des marchés publics, la loi informatique et libertés ...



L'ÉTHIQUE, CLÉ DE VOÛTE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

fp_039 / fp_102

NOUVEAU

Intégrer l'éthique dans sa communication

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Évaluer la conformité éthique d'une action ou d'une campagne de communication avant sa diffusion
- _ Concevoir des contenus fiables, responsables, accessibles et respectueux des principes du service public
- _ Exercer son rôle de conseil auprès des élus et de la direction dans des situations sensibles
- _ Arbitrer des choix éditoriaux en préservant la confiance des citoyens
- _ Élaborer les bases d'une charte de déontologie interne et d'un cadre de gouvernance pour la production de contenus et l'utilisation des outils numériques

PROGRAMME

- _ Comprendre les nouveaux défis de la communication publique
- _ Les fondements de l'éthique de la communication publique
- _ Le cadre juridique au service d'une communication responsable
- _ Communiquer sous pression : crises, période préélectorale
- _ Communiquer de manière accessible, inclusive et responsable
- _ Installer une gouvernance éthique de la communication

FORMATRICE DELPHINE MANSION

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 24, 25 ET 26 MARS EN LIGNE
➤ 21, 22 ET 23 JUIN EN LIGNE
22 ET 23 NOVEMBRE PARIS

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

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_062 / fp_098

Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

COMPÉTENCES

- _ Assurer les conditions d'une communication accessible à tous
- _ Évaluer et développer l'efficacité de sa communication
- _ Évaluer les textes pour faciliter le passage à l'action des usagers

PRÉREQUIS

Être en charge des publications de son institution ou contribuer à leur production

PROGRAMME

- _ Comprendre le langage clair et son importance
- _ Connaître la méthodologie du langage clair
- _ Clarifier un document

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 25 ET 26 MARS EN LIGNE
➤ 17 ET 18 JUIN EN LIGNE
➤ 23 ET 24 SEPTEMBRE EN LIGNE
18 NOVEMBRE PARIS

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

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_006 / fp_081

NOUVEAU

Bâtir la confiance dans sa communication face à l'info-bésité et aux dérives de l'IA

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Mettre en œuvre une procédure interne de vérification des faits (fact-checking) pour valider les sources d'information et mettre en œuvre une démarche de certification de l'information
- _ Concevoir des formats de communication courts, pédagogiques et transparents pour contrer les rumeurs locales
- _ Structurer une communication de crise face à une campagne de désinformation ciblant la collectivité ou ses élus

PROGRAMME

- _ Diagnostiquer la désinformation et cartographier les sujets sensibles
- _ Vérifier et certifier l'information
- _ Construire une procédure interne
- _ Produire une information vérifiée et anticiper la désinformation
- _ Maîtriser le pré-bunking et les messages « vaccins »
- _ Répondre à une crise de désinformation

FORMATEUR FABRICE FROSSARD

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 26, 27 ET 28 AVRIL EN LIGNE
24 ET 25 JUIN PARIS
➤ 3, 4 ET 5 NOVEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_059 / fp_085

Rendre la communication accessible à tous : de la théorie à la pratique

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Maîtriser le cadre réglementaire et les enjeux de la communication publique accessible
- _ Appliquer les techniques d'accessibilité de l'information sur les supports physiques, numériques et éditoriaux
- _ Éco-concevoir et piloter des projets et des actions de communication pleinement inclusifs
- _ Mobiliser l'écosystème de partenaires et de prestataires adaptés pour soutenir la démarche d'accessibilité

PROGRAMME

- _ Comprendre les handicaps
- _ Développer l'accessibilité éditoriale
- _ Évaluer et rendre ses documents accessibles
- _ Développer l'accessibilité numérique
- _ Travailler l'accessibilité de ses événements

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 3, 4 ET 5 FÉVRIER EN LIGNE
27 ET 28 MAI PARIS
➤ 6, 7 ET 8 OCTOBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE FORMATION



UTILISER L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AVEC PERTINENCE

fp_032 / fp_133

IA générative et communication publique : comprendre, expérimenter, intégrer

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Vulgariser les enjeux de l'IA générative pour sensibiliser les décideurs et les agents de son institution
- _ Maîtriser l'art du prompt pour optimiser la rédaction de contenus et les phases de brainstorming
- _ Sélectionner et combiner les outils d'IA
- _ Cartographier les cas d'usage prioritaires et évaluer leur valeur ajoutée pour le service public
- _ Élaborer les bases d'une charte interne d'utilisation de l'IA

PRÉREQUIS

- Disposer d'un ordinateur personnel et avoir les droits pour accéder aux différents outils d'IA utilisés dans la formation
- S'assurer d'avoir un navigateur à jour - Chrome ou Firefox de préférence - et être à l'aise avec ses différentes fonctionnalités
- Disposer d'un compte gratuit sur ChatGPT
- Apporter des documents type communiqués de presse, discours, post de réseaux sociaux, brief...

PROGRAMME

- _ Comprendre les LLM et faire les bons choix
- _ Découvrir le *prompt engineering* et les prompts avancés
- _ Cadrer avec les chartes d'usages
- _ Personnaliser l'IA via les GPT personnalisés
- _ Connaître les règles pour créer des infographies, images et vidéos avec ChatGPT

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 10, 11 ET 12 FÉVRIER EN LIGNE
➤ 21, 22 ET 23 AVRIL EN LIGNE
10 ET 11 JUIN LYON
➤ 7, 8 ET 9 JUILLET EN LIGNE
➤ 22, 23 ET 24 SEPTEMBRE EN LIGNE
7 ET 8 OCTOBRE PARIS
➤ 17, 18 ET 19 NOVEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_038 / fp_135

NOUVEAU

Communication visuelle avec l'IA : décider et créer sans risque

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Transformer un sujet de communication en angle visuel clair et formulé
- _ Maîtriser les techniques de prompt de création visuelle pour obtenir des images réalistes ou illustratives de qualité professionnelle
- _ Vérifier, retoucher, adapter et harmoniser des visuels générés par IA
- _ Garantir un usage éthique et le respect des droits de propriété intellectuelle

PROGRAMME

- _ Décrypter un brief
- _ Explorer avec Gemini et ChatGPT et pousser au-delà de la première réponse
- _ IA, droit et responsabilité
- _ Optimiser le dispositif et préparer la production
- _ Prompting visuel, automatisé des prompts et présentation des outils Adobe Firefly Web / Illustrator & Firefly / Photoshop & Firefly

FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET CYRIL ERNOU

DATES : 3 JOURS / 21H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)

➤ 22, 23, 24 ET 25 FÉVRIER EN LIGNE
24, 25 ET 26 MAI PARIS
➤ 13, 14, 15 ET 16 SEPT. EN LIGNE
➤ 6, 7, 8 ET 9 DÉCEMBRE EN LIGNE

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

3 CRÉDITS DE FORMATION

MAÎTRISER L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL

fp_028 / fp_076

Développer un écosystème digital agile

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Concevoir et évaluer un plan de communication multicanal intégré
- _ Maîtriser les spécificités techniques et relationnelles des outils web et des réseaux sociaux
- _ Asseoir son rôle de conseil stratégique auprès de sa direction et des services internes
- _ Animer la gouvernance numérique de la collectivité pour décloisonner la production de contenus

PRÉREQUIS

Être en charge de publications numériques de son institution

PROGRAMME

- _ Connaître les nouveaux usages du web
- _ Maîtriser la méthodologie du diagnostic
- _ Formaliser et piloter la stratégie
- _ Animer ses canaux

FORMATEUR THIBAUD LEMIRE

DATES : 2 JOURS / 14H

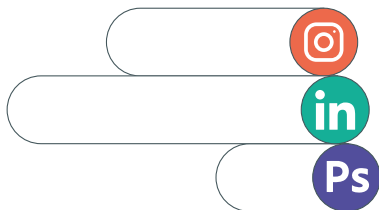
TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 24, 25 ET 26 MARS EN LIGNE
20 ET 21 MAI PARIS
➤ 3, 4 ET 5 NOVEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_067 / fp_080

Construire et optimiser sa communication sur Instagram

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Planifier un calendrier éditorial visuel adapté aux temporalités de la collectivité et aux habitudes des abonnés Instagram
- _ Réaliser et monter des vidéos courtes (Reels) sur smartphone en respectant les codes esthétiques et le ton institutionnel
- _ Interpréter les indicateurs de performance (taux d'engagement, portée) pour optimiser l'impact de la communication de la collectivité

PRÉREQUIS

Disposer d'un compte Instagram professionnel pour sa collectivité et en maîtriser les fonctionnalités de base

fp_029 / fp_079

Maîtriser le community management et la conversation multicanale

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser et décliner les contenus institutionnels pour le web social
- _ Piloter l'animation quotidienne et la modération des comptes officiels de la collectivité
- _ Fédérer et engager les communautés locales (habitants, partenaires, associations) autour des actions du territoire
- _ Valoriser le service public et préserver l'e-réputation de son institution dans l'espace conversationnel

PRÉREQUIS

Avoir une stratégie digitale formalisée ou en cours

PROGRAMME

- _ Comprendre le métier de community manager
- _ Définir sa stratégie éditoriale
- _ Connaître l'art de la conversation sociale, les codes et l'accessibilité
- _ Maîtriser les fondamentaux de la communication et de la rédaction sur les différents réseaux sociaux

FORMATEUR THIBAUD LEMIRE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 23, 24 ET 25 JUIN EN LIGNE
4 ET 5 OCTOBRE PARIS
➤ 8, 9 ET 10 DÉCEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

NOUVEAU

fp_061 / fp_087

Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser et rédiger des contenus percutants en exploitant les différents formats de publication spécifiques à LinkedIn
- _ Piloter l'animation et le développement d'une communauté de partenaires, d'acteurs locaux et d'abonnés
- _ Déployer une stratégie de communication numérique globale alignée sur la charte et la ligne éditoriale de la collectivité ou de l'institution
- _ Évaluer l'efficacité des campagnes pour optimiser l'impact de la parole publique et le retour sur investissement des actions menées

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Comprendre la publication sur LinkedIn
- _ Mesurer les résultats
- _ Comprendre les modalités et le fonctionnement d'une page entreprise

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 8 ET 9 FÉVRIER EN LIGNE
9 JUIN PARIS
➤ 11 ET 12 OCTOBRE EN LIGNE
17 NOVEMBRE LYON
➤ 9 ET 10 DÉCEMBRE EN LIGNE

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

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_034 / fp_104

Animer sa communication avec du motion design (After Effects)

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser un message public complexe en utilisant le storytelling pour concevoir des vidéos pédagogiques et accessibles à tous les usagers
- _ Préparer et importer ses fichiers graphiques (Illustrator ou Photoshop) pour optimiser leur animation dans After Effects
- _ Créer des animations courtes et percutantes adaptées aux réseaux sociaux pour valoriser les projets et l'attractivité de son territoire

PRÉREQUIS

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

fp_024 / fp_122

Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Sélectionner et traduire des données brutes ou des textes institutionnels en représentations visuelles pertinentes
- _ Construire une narration visuelle claire et pédagogique
- _ Appliquer les règles graphiques d'accessibilité (RGAA, contrastes, lisibilité)
- _ Anticiper les besoins techniques, calibrer les formats selon les canaux (print, web, réseaux sociaux) et piloter la relation donneur d'ordre / exécutant
- _ Manipuler les principaux outils d'Illustrator : création de graphes, choix des couleurs, dessin vectoriel
- _ Analyser et évaluer la qualité d'une infographie

PRÉREQUIS

Avoir un niveau débutant à confirmé sur Illustrator

PROGRAMME

- _ Comprendre la différence entre infographie et datavisualisation
- _ Concevoir une infographie pertinente
- _ Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation
- _ Comprendre les typologies de dataviz
- _ Mettre en pratique avec le sprint data
- _ Connaître les outils et panneaux indispensables du logiciel Illustrator

FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET GUILLAUME DUCHAYNE

DATES : 3 JOURS / 21H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 19, 20, 21 ET 22 AVRIL EN LIGNE
➤ 7, 8, 9 ET 10 JUIN EN LIGNE
➤ 11, 12, 13 ET 14 OCT. EN LIGNE
8, 9 ET 10 NOVEMBRE PARIS

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

3 CRÉDITS DE
FORMATION

FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET RICHARD MAHOUDEAUX

DATES : 3 JOURS / 21H

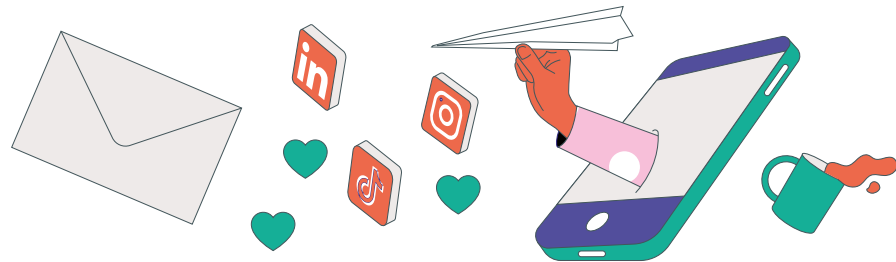
TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 1^{ER}, 2, 3 ET 4 FÉVRIER EN LIGNE
➤ 22, 23, 24 ET 25 MARS EN LIGNE
21, 22 ET 23 JUIN PARIS
➤ 27, 28, 29 ET 30 SEPT. EN LIGNE
22, 23 ET 24 NOVEMBRE PARIS

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

3 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_054 / fp_077

Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser et mener en autonomie une production audiovisuelle légère pour les canaux numériques de sa collectivité
- _ Appliquer les techniques journalistiques (choix de l'angle, relances, dynamisme) lors de la conception et de la réalisation de la vidéo
- _ Paramétrer son matériel de tournage mobile selon l'environnement de prise de vue
- _ Adapter le format et le rythme de la vidéo aux exigences des différentes plateformes et réseaux sociaux de l'institution

PRÉREQUIS

Disposer d'un smartphone

PROGRAMME

- _ Connaître les critères de qualité d'une vidéo
- _ Maîtriser l'application caméra du smartphone
- _ Comprendre l'interview et les plans d'illustration
- _ Concevoir une vidéo
- _ Réaliser une vidéo de A à Z

FORMATEUR LAURENT CLAUSE

DATES : 2 JOURS / 14H

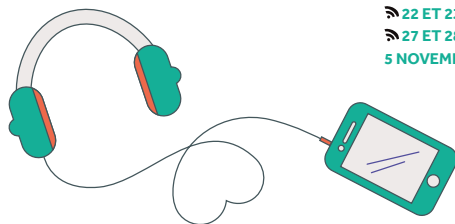
TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 1^{ER}, 2 ET 3 MARS EN LIGNE
20 ET 21 MAI PARIS
➤ 28, 29 ET 30 JUIN EN LIGNE
7 ET 8 OCTOBRE LYON
➤ 3, 4 ET 5 NOVEMBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_063 / fp_125

Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Scénariser et structurer un épisode (écriture, préparation des interviews, collecte des voix, choix du montage et de l'habillage sonore)
- _ Piloter les aspects logistiques et techniques liés à l'enregistrement et à la production d'un contenu audio au sein du service public
- _ Héberger, distribuer et promouvoir ses formats audio sur les principales plateformes de diffusion d'écoute
- _ Suivre et évaluer les indicateurs d'audience pour mesurer la performance et l'impact de sa stratégie de podcasting

PRÉREQUIS

- Être en charge de projets éditoriaux déclinables en audio
- Avoir téléchargé Audacity ou disposer d'Adobe Audition

fp_026 / fp_101

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

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Définir le positionnement éditorial d'une newsletter et l'articuler en complémentarité avec les autres canaux de la collectivité (site, magazine, réseaux sociaux)
- _ Structurer l'ergonomie visuelle, choisir la bonne récurrence et rédiger des contenus percutants
- _ Maîtriser les aspects techniques essentiels (RGPD, mise à jour des listes, critères anti-spam) pour garantir la bonne réception du message dans la boîte de l'utilisateur
- _ Interpréter les indicateurs clés (ouvertures, clics, réactivité, désabonnements) pour ajuster sa stratégie éditoriale en continu

PRÉREQUIS

Venir avec le projet, la maquette ou les derniers envois de la newsletter de sa structure (si existante)

PROGRAMME

- _ Analyser des newsletters
- _ Connaître les points-clés pour créer sa newsletter éditoriale
- _ Acquérir les bonnes pratiques des newsletters de collectivités territoriales
- _ Comprendre les critères d'amélioration de sa newsletter

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 1^{ER} ET 2 FÉVRIER EN LIGNE
➤ 22 ET 23 MARS EN LIGNE
➤ 27 ET 28 SEPTEMBRE EN LIGNE
5 NOVEMBRE PARIS

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

1 CRÉDIT DE
FORMATION

NOUVEAU FORMAT

fp_064 / fp_099

Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Ancrer durablement les bonnes pratiques physiques et vocales propres à l'orateur (respiration, placement de la voix, gestion du rythme)
- _ Dédramatiser la prise de parole en public en s'appuyant sur des mises en situation pour canaliser son stress
- _ Structurer ses interventions orales de manière claire, dynamique et impactante
- _ Gérer la contradiction et répondre efficacement aux critiques ou aux questions déstabilisantes de l'auditoire

PROGRAMME

- _ Comprendre et maîtriser le rôle
- _ Faire vivre le texte et le discours avec pertinence et conviction
- _ Maîtriser les règles de la représentation
- _ Connaître les registres d'expression

FORMATEUR LUC CHAMBON

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 3, 4 ET 5 FÉVRIER EN LIGNE
16 ET 17 SEPTEMBRE PARIS

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_014 / fp_117

Face aux médias : maîtriser sa communication, gagner en impact

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Maîtriser la posture à adopter en interview
- _ Structurer et délivrer des messages institutionnels clairs et adaptés aux exigences des différents médias
- _ Questionner les journalistes avant et après l'interview
- _ Répondre avec efficacité, clarté et répartie aux questions des journalistes
- _ Adopter une posture, une voix et une communication non-verbale qui renforcent la crédibilité de la parole publique

PROGRAMME

- _ Comprendre les journalistes
- _ Préparer ses interviews et interactions avec la presse
- _ Garder la maîtrise de son message
- _ Travailler sa communication non verbale

FORMATRICE LIZ RAFFIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 17, 18 ET 19 MARS EN LIGNE
7 ET 8 OCTOBRE PARIS

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION

NOUVEAU

fp_100

Manager la créativité de son équipe : outils et méthode

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Maîtriser et transmettre la méthodologie de la pensée visuelle pour développer la créativité collective et individuelle de son service
- _ Maîtriser la construction et l'architecture des cartes de pensée visuelle comme outils de management d'équipe qui facilitent la prise de décision et l'adhésion des collaborateurs
- _ Développer des cartes de pensée visuelle pour argumenter un projet de communication auprès de sa hiérarchie ou des partenaires

PRÉREQUIS

Avoir l'idée d'une thématique ou d'un événement à travailler dès le début de la formation

PROGRAMME

- _ Découvrir les fonctions des différentes cartes de pensée visuelle
- _ Manager son équipe pour développer la créativité autour d'un événement
- _ Guider son équipe pour faire émerger un concept et des axes de communication
- _ Piloter son équipe
- _ Développer la communication créative d'un projet

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.27)

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.27)

➤ 3, 4 ET 5 FÉVRIER EN LIGNE
➤ 26, 27 ET 28 OCTOBRE EN LIGNE

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

2 CRÉDITS DE
FORMATION





DÉVELOPPER SON EXPERTISE MÉTIER

fp_056 / fp_105

Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Armer et organiser la cellule de communication de crise en mobilisant les moyens humains et techniques adaptés
- _ Maîtriser les postures et les techniques rédactionnelles spécifiques aux prises de parole en environnement sensible
- _ Animer, sensibiliser et coordonner les réseaux de contributeurs internes pour diffuser les bons réflexes face aux risques
- _ Inscrire la gestion de crise dans la stratégie globale de communication institutionnelle pour préserver durablement la réputation de la collectivité

PROGRAMME

- _ Comprendre les situations de crise
- _ Anticiper une situation de crise
- _ Maîtriser les différentes stratégies de gestion de crise
- _ Maîtriser la relation avec les médias
- _ Gérer l'après-crise

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 24, 25 ET 26 FÉVRIER EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 9 ET 10 JUIN PARIS	T2..... 1 115 € HT	
📅 6, 7 ET 8 OCTOBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
📅 15, 16 ET 17 NOVEMBRE EN LIGNE	T4..... 1 575 € HT	

fp_041 / fp_106

Développer les relations presse dans la communication de son institution

COMPÉTENCES VISÉES

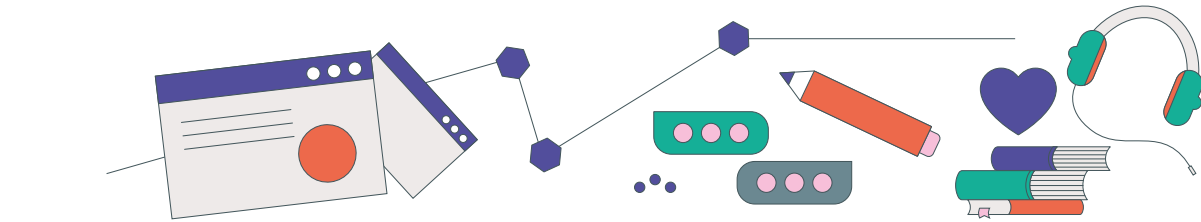
- _ Bâtir et piloter une feuille de route "relations presse" alignée sur la stratégie politique et institutionnelle de la structure
- _ Développer et animer un réseau relationnel de confiance avec les journalistes locaux, régionaux et nationaux
- _ Sélectionner et formater l'information brute pour la rendre attractive et maximiser les chances de reprise médiatique
- _ Optimiser sa prise de contact directe auprès des rédactions via les canaux traditionnels et les plateformes sociales

PROGRAMME

- _ Comprendre la place des relations médias dans la communication de votre collectivité
- _ Connaître les outils de relations presse à mobiliser et les tendances actuelles
- _ Accompagner les directions et les élus dans leurs prises de parole avec les médias
- _ Gérer ses relations presse de crise
- _ Évaluer l'impact de ses relations presse

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 22, 23 ET 24 MARS EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 5 ET 6 JUILLET PARIS	T2..... 1 115 € HT	
📅 24, 25 ET 26 NOVEMBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	



fp_042 / fp_107

Développer une stratégie d'influence pour son institution

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Détecter les projets et les sujets du territoire qui se prêtent stratégiquement à une démarche d'influence
- _ Initier le contact et formaliser des partenariats clairs, transparents et respectueux du cadre public avec les influenceurs
- _ Animer et fidéliser son réseau de relais d'opinion pour installer des relations de confiance sur le long terme
- _ Piloter le déploiement opérationnel des campagnes et mesurer l'impact des retombées
- _ Conseiller les décideurs et les élus de la collectivité sur les opportunités et les risques liés aux démarches d'influence

PRÉREQUIS

- Maîtriser les réseaux sociaux
- S'intéresser à l'influence digitale ou avoir été confronté à des demandes d'influenceurs

PROGRAMME

- _ Mettre en place et développer une stratégie de relations influenceurs
- _ Comprendre l'influence responsable
- _ Évaluer l'impact de son action
- _ S'appuyer sur les réseaux sociaux pour développer ses relations presse

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
7 ET 8 JUIN PARIS	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 22, 23 ET 24 SEPTEMBRE EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
📅 8, 9 ET 10 NOVEMBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	

fp_005 / fp_094

Animer une démarche de marque employeur

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Traduire les enjeux de recrutement et de fidélisation RH en une stratégie de communication d'attractivité globale
- _ Maîtriser les outils de communication numérique et professionnelle et les tableaux de bord dédiés à la captation de candidats et à la valorisation RH
- _ Fédérer, animer et maintenir l'engagement d'un réseau de collaborateurs ambassadeurs

PRÉREQUIS

Cette formation se positionne en support d'une stratégie de marque employeur déjà posée ou à bâtir

fp_046 / fp_108

Réussir le protocole territorial

COMPÉTENCES VISÉES

- _ Appliquer les techniques du protocole territorial lors de la conception et du déroulement des événements institutionnels
- _ Coordonner les équipes et les services internes (logistique, communication, cabinet) autour d'un projet événementiel partagé
- _ Sécuriser les aspects juridiques liés à l'organisation de manifestations publiques
- _ Valoriser l'institution et le service public en concevant des moments qui renforcent le sens civique des participants

PRÉREQUIS

Être amené à devoir maîtriser le protocole territorial dans son activité

PROGRAMME

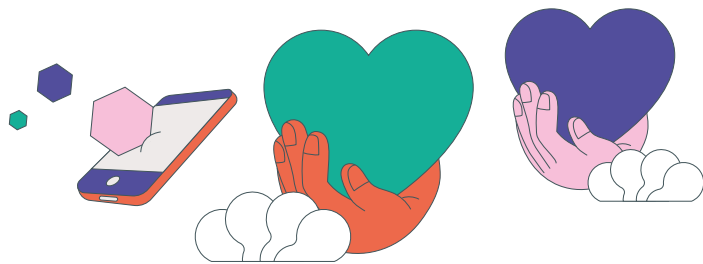
- _ Comprendre les préséances officielles
- _ Comprendre les décorations et préséances de courtoisie
- _ Comprendre les appellations et présentations
- _ Préparer une inauguration ou une réception
- _ Organiser le déroulé d'une inauguration
- _ Organiser les prises de parole
- _ Maîtriser les plans de table et les règles de service
- _ Connaître le protocole au quotidien

FORMATEUR FABRICE JOBARD

DATE : 1 JOUR / 7H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 8 ET 9 AVRIL EN LIGNE	T1..... 515 € HT	1 CRÉDIT DE FORMATION
27 SEPTEMBRE PARIS	T2..... 685 € HT	
📅 18 ET 19 NOVEMBRE EN LIGNE	T3..... 860 € HT	
	T4..... 915 € HT	

FORMATEUR YOANN GREFFIER

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 30, 31 MARS ET 1 ^{ER} AVRIL EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 14, 15 ET 16 JUIN EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
20 ET 21 SEPTEMBRE PARIS	T3..... 1 470 € HT	
📅 17, 18 ET 19 NOVEMBRE EN LIGNE	T4..... 1 575 € HT	



fp_047 / fp_110

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

COMPÉTENCES VISÉES	__ Réaliser un diagnostic d'attractivité en intégrant une approche sensible et vécue du territoire
	__ Concevoir et déployer une méthodologie de projet sur mesure pour structurer sa stratégie et son plan d'action
	__ Formaliser le socle stratégique de sa démarche ou de sa marque territoriale (vision, ambition, valeurs, cibles)
	__ Piloter la mobilisation des acteurs locaux en s'appuyant sur des démarches de co-construction et des outils d'intelligence collective

PRÉREQUIS

- Avoir engagé une réflexion ou une démarche autour de l'attractivité, de l'hospitalité ou de la mise en récit de son territoire via l'approche marketing
- Souhaiter renforcer une stratégie existante ou amorcer une nouvelle dynamique dans un contexte d'évolution (changement d'équipe, lancement de projet, démarche de marque...)

PROGRAMME	__ Connaître les concepts-clés du marketing territorial
	__ Maîtriser les étapes essentielles d'une démarche de marketing territorial
	__ Construire sa démarche
	__ Pratiquer la mise en récit comme levier stratégique
	__ Organiser la gouvernance et l'animation du marketing territorial

FORMATRICE ANAÏS HERNOT

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 10, 11 ET 12 FÉVRIER EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
1 ^{ER} ET 2 JUILLET PARIS	T2..... 1 115 € HT	
📅 13, 14 ET 15 OCTOBRE EN LIGNE	T3..... 1 470 € HT	
📅 14, 15 ET 16 DÉCEMBRE EN LIGNE	T4..... 1 575 € HT	

fp_055

Développer sa créativité photographique pour sa communication

COMPÉTENCES VISÉES	__ Développer sa créativité et sa force de proposition visuelle pour renouveler l'iconographie de sa collectivité
	__ Adapter ses méthodes de prise de vue aux contraintes de terrain et au fonctionnement de son service de communication
	__ Gérer les flux de production d'images depuis le déclenchement jusqu'à l'archivage ou la livraison des fichiers
	__ Évaluer la faisabilité technique d'un reportage pour identifier ses limites opérationnelles et rédiger un brief clair pour un photographe externe

PRÉREQUIS

- Posséder un appareil photo
- Optionnel : posséder un ordinateur portable et une licence Photoshop

fp_037 / fp_086

Libérer sa créativité dans les affiches et flyers

COMPÉTENCES VISÉES	__ Capter les tendances pour adapter le ton visuel au contexte politique et citoyen de la collectivité
	__ Structurer la mise en page d'un flyer en hiérarchisant rigoureusement les informations pour faciliter la lecture
	__ Articuler efficacement le texte et l'image pour donner une affiche à l'impact immédiat
	__ Garantir la bonne réception du message en adaptant les choix graphiques et textuels aux profils et aux usages des publics cibles
	__ Développer sa propre identité créative pour démarquer la communication de son institution

PRÉREQUIS

Connaître les fonctionnalités d'un logiciel de mise en page ou avoir quelques bases de mise en page

PRÉ-REQUIS D'ORGANISATION

Se munir de projets d'affiches et de flyers à travailler pendant la formation

PROGRAMME	__ Comprendre les fonctionnements du texte et de l'image
	__ Maîtriser le rapport texte / image
	__ Délivrer un message
	__ Connaître les méthodologies créatives
	__ Concevoir une affiche créative ou un flyer créatif

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
📅 25, 26 ET 27 MAI EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📅 20, 21 ET 22 SEPTEMBRE EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
16 ET 17 NOVEMBRE PARIS	T3..... 1 470 € HT	
	T4..... 1 575 € HT	

PROGRAMME	__ Lire et gérer une image
	__ Maîtriser les bases du cadrage
	__ Comprendre l'importance de la simplicité et l'intérêt de la complexité
	__ Anticiper et adapter votre prise de vue
	__ Traiter les images : retouche et mise en ligne sur les réseaux

FORMATEUR THIERRY CHENU

DATES : 3 JOURS / 21H	TARIFS (voir p.27)	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.27)
16, 17 ET 18 JUIN PARIS	T1..... 1 135 € HT	3 CRÉDITS DE FORMATION
15, 16 ET 17 SEPTEMBRE LYON	T2..... 1 575 € HT	
6, 7 ET 8 DÉCEMBRE PARIS	T3..... 1 985 € HT	
	T4..... 2 205 € HT	



AVEC CAP'COM DES TARIFS SOLIDAIRES ET FACILITÉS

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

UNE POLITIQUE TARIFAIRE ÉQUITABLE

La politique tarifaire de Cap'Com est conçue dans l'esprit du réseau. Elle facilite l'accès de tous à la formation en proposant des tarifs adaptés à la taille et à la nature de la collectivité ou de l'organisme. Les tarifs de la formation professionnelle s'appliquent selon la structuration suivante (les formations en intra et les Rencontres nationales font l'objet d'une tarification spécifique) :

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



DES COÛTS DE FORMATION RÉDUITS AVEC CAP'COM INTÉGRAL

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

1 CRÉDIT DE FORMATION = 7 HEURES DE FORMATION

ABONNEMENT EN LIGNE WWW.CAP-COM.ORG

FACILITEZ-VOUS LA FORMATION

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

BÉNÉFICIEZ DE TARIFS PRÉFÉRENTIELS

DE -15% À -100% SELON LES FORMATIONS

		CAP'COM INTÉGRAL
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

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.

En complément aux formations proposées dans ce catalogue, Cap'Com met à votre disposition d'autres temps de formation.

LA FORMATION INTRA : LA FORMATION SUR-MESURE POUR RÉPONDRE À VOS BESOINS SPÉCIFIQUES

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



© Agglo du Pays de Dreux

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

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

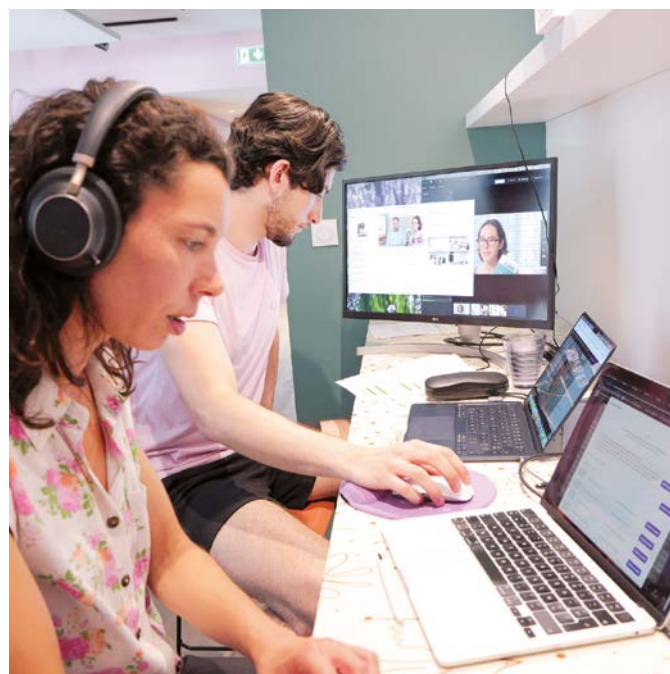
Les thématiques pouvant être abordées lors de ces sessions intra sont nombreuses : IA, médiatraining, communication responsable, communication interne, communiquer en période pré-électorale... Nous nous adaptons à VOS besoins.

LES WEBINAIRES

Cap'Com programme toute l'année une série de temps d'échanges en ligne, gratuits, avec le réseau et les formateurs Cap'Com. D'une durée de 1h30, ils proposent une sensibilisation sur des thématiques en lien avec l'actualité institutionnelle ou technologique qui impactent votre pratique professionnelle.

LES PROCHAINS WEBINAIRES

- ★ Les fiches métiers CNFPT de la communication
15 décembre 2026
- ★ Le baromètre de la communication locale
14 janvier 2027
- ★ L'éthique dans la communication publique
mars 2027
- ★ Les nouveaux usages de l'IA dans la communication publique
mai 2027



LES RENCONTRES NATIONALES ET LE FORUM CAP'COM

Ces temps de formation concilient réflexion sur l'actualité des métiers de la communication publique et animation de son réseau professionnel. Ils réunissent de 150 à 1 000 participants.

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 outils.

- ★ 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 :

- ★ #RP • Paris • 22 janvier 2027
- ★ #markterr • Lyon • février 2027
- ★ #cominterne • Paris • 1^{er} et 2 avril 2027
- ★ #santé • Lyon • été 2027
- ★ #comnumerique • Rennes • octobre 2027



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...

PROCHAINES SESSIONS

1^{er} • 2 • 3
DÉCEMBRE 2026
38^e ÉDITION

BIARRITZ
« Voir plus clair »

30 NOVEMBRE,
1^{er}, 2 DÉCEMBRE 2027
39^e ÉDITION



NOS FORMATEURS



MÉLANIE ANTOINE P.22
Journaliste et réalisatrice sonore passée par Radio France puis RFI, elle est à l'initiative des Voix d'ici, qui met en lumière les territoires par les femmes et les hommes qui y vivent.



SYLVIE BARNEZET P.6
Ancienne journaliste, elle a été responsable de communication en collectivité locale et en agence d'urbanisme puis responsable de la participation citoyenne et de la relation usagers de Grenoble Alpes métropole avant de devenir déléguée générale de l'Institut de la participation et de la concertation. Son approche allie réflexion et action, concertation, communication et création collective pour construire un territoire de co-responsabilité.



ANNE BLANCHARD P.8
Coach et consultante indépendante, spécialiste en stratégies relationnelles et dynamiques des équipes, elle accompagne depuis dix ans les collectivités locales dans le domaine du management stratégique, la conduite de projets structurants et l'élaboration de plans de communication.



DELPHINE BOISDRON P.8
Directrice conseil à l'agence Canévet et associés, elle est une experte de la communication publique et universitaire, forte de 25 ans passés à la tête de la communication de l'Université d'Angers. Elle met aujourd'hui son expérience stratégique au service des institutions publiques.



MEGGANE BONATO P.7
Avocate au barreau de Lyon depuis janvier 2017 et titulaire d'une mention de spécialisation en droit public, elle intervient auprès de l'ensemble des acteurs de la vie publique. Ses domaines de prédilection sont le fonctionnement institutionnel des entités publiques, le droit de l'intercommunalité, le droit électoral et le droit administratif général. Elle est également enseignante à l'université Jean Moulin Lyon 3.



FABIEN BONNET P.8
Docteur et maître de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'Université Bourgogne Europe. Il intervient auprès d'organisations publiques et privées en tant que conseil en communication institutionnelle et stratégique, communication interne et managériale et ingénierie de projets.



SYLVIE BOUTAUDOU P.9
Directrice éditoriale de l'agence de communication In medias res, elle apporte ses conseils en stratégie de contenus, conception médias, rédaction transmédia. Elle pilote des créations ou refontes de publications. Elle a été journaliste spécialisée en sciences et santé et rédactrice en chef de Délic, magazine destiné aux parents d'enfants handicapés, puis de sa déclinaison en plateforme d'information Hizyorg.



XAVIER BRISBOIS P.9
Consultant, chercheur indépendant et chercheur associé au Laboratoire Ville Mobilité Transport (Université Gustave Eiffel), Xavier Brisbois est docteur en psychologie sociale expérimentale. Il a développé une activité d'étude et de conseil sur les changements de comportement et travaille essentiellement sur des sujets de mobilité, de déchets, de qualité de l'air ou de consommations d'eau et d'énergie.



CAROLE BRUGGER P.13
Conseil en communication et en marketing éditorial après un parcours en agences de communication, cabinets de conseil, groupes internationaux, ETI start-up, elle accompagne ses clients en stratégie de marque, stratégies et plan de communication, marketing de contenu, communication éditoriale ou social media.



CHRISTOPHE BULTEL P.6
Président fondateur de l'Institut National des Communications à Impact Positif + pour la transition écologique et sociétale, directeur conseil et formateur en communication de la transition chez Agostino Group & MachtLab, il évolue naturellement à l'interface de la communication et du management de la performance. Il adopte une vision prospective & disruptive durable et digitale.



LUC CHABON P.23
Comédien, metteur en scène, professeur de théâtre et formateur en communication, il n'a jamais voulu choisir entre théâtre et communication. Entre ses tournées, il anime des ateliers de pratique théâtrale, de prise de parole en public et intervient en communication institutionnelle.



THIERRY CHENU P.26
Reporter photographie indépendant, il a été directeur du service photographique de la ville de Grenoble de 1980 à 2022. Il a notamment créé, en 1998, la base de données photographique de la ville de Grenoble qui compte à ce jour plus d'1 million d'images. Il est spécialiste de la prise de vue aérienne, dirigeant d'une société de prises de vues par drones.



LAURENT CLAUSE P.22
Journaliste reporter d'images (JRI), réalisateur, il est spécialiste de la vidéo sur smartphone. Ancien rédacteur en chef dans la presse "techno", il a fondé la société Milledix avec laquelle il réalise des vidéos avec du matériel professionnel et des smartphones. Il est également l'auteur du blog videonline.info.



FRANCK CONFINO P.14
Consultant indépendant, spécialiste du numérique et du secteur public, il a fondé et dirigé l'agence Adverbia et blog-territorial pendant 10 ans. Ancien directeur de communication en collectivité territoriale, il est également auteur de plusieurs ouvrages sur la communication digitale et les réseaux sociaux. Il pilote aujourd'hui l'Observatoire social media des territoires.



ANITA DEMBINSKI P.19/21
Directrice artistique chez Rokovoko, elle met 25 ans d'expérience en journalisme visuel, datavisualisation, motion design et IA au service de la communication publique. Elle conçoit et pilote des dispositifs éditoriaux et visuels qui transforment des contenus complexes en supports clairs et créatifs pour les acteurs publics.



GUILLAUME DUCHAYNE P.21
Infographiste et illustrateur indépendant, il collabore régulièrement avec l'agence Rokovoko. Précédemment au sein des agences Idé et Idix, il s'est spécialisé dans l'infographie et ses déclinaisons : print, web, fixe, animée, data ou illustrée.



ESTELLE DUMOUT P.12/19/22
Elle a commencé sa carrière comme journaliste spécialiste des nouvelles technologies avant de s'intéresser aux problématiques de communication et de formation. Elle a été directrice de l'activité formation de Rue89 puis a dirigé le développement des cours en ligne en journalisme et communication pour le groupe L'Obs / Le Monde. Elle propose, à travers sa société de conseil Nemolab, des services en stratégie éditoriale numérique, en acculturation à l'intelligence artificielle et en accompagnement au déploiement et à la prise en main de solutions d'IA.



CYRIL ERNOU P.19
Ancien élève de Gobelins, fort de 35 ans d'expérience en graphisme, édition et prépresse, Cyril Ernou est issu d'une culture familiale des arts graphiques. Expert en PAO et outils créatifs, avec un parcours combinant responsabilités en agences/imprimeries et ingénierie pédagogique, il est formateur spécialisé en design graphique et intégration de l'IA générative pour les industries créatives.



FABRICE FROSSARD P.18
Consultant et formateur en IA appliquée, ancien journaliste tech, Fabrice Frossard est devenu décrypteur des mutations technopolitiques. Fondateur de L'avant-garde.ai et de Faber Content, il conçoit et anime des conférences et formations sur la communication, l'IA et le marketing.



LAURENT GRANGER P.6/24
Consultant, formateur et conférencier, il accompagne depuis plus de 30 ans les collectivités territoriales et les organisations publiques dans la définition de leurs stratégies de communication et d'attractivité. Il met son expertise au service de projets à fort enjeu politique, territorial et organisationnel. Son approche allie vision stratégique, innovation et efficacité opérationnelle.



YOANN GREFFIER P.25
Consultant en communication interne, corporate et RH au sein d'Exergue conseil, cabinet qu'il a fondé en 2018, il intervient auprès d'entreprises et de collectivités soucieuses de progresser sur ces enjeux. Ancien Responsable communication interne dans un groupe, il anime régulièrement des formations, notamment à l'Université de Rennes et dans des écoles de commerce.



ÉLODIE HERISSON P.10
Dirigeante co-fondatrice de l'agence de communication et numérique responsable Rose Primaire, elle anime des sessions de formations dont l'approche se veut résolument responsable : sobriété, accessibilité, éthique et inclusion sont au cœur de ses contenus.



ANAÏS HERNOT P.26
Consultante en développement et mise en récit des territoires et des projets chez Inkipit, Anaïs accompagne les collectivités dans la définition de stratégies d'attractivité et d'hospitalité et l'animation de démarches collectives, avec l'approche du marketing territorial. Elle intervient à l'échelle nationale aux côtés de territoires variés (métropoles, intercommunalités, communes, destinations, territoires de projet ...), en combinant analyse, stratégie et management.



FABRICE JOBARD P.25
Fondateur du cabinet FJA Consultants consacré à la communication territoriale et aux démarches Iso, il est expert dans les questions de protocole territorial sur lesquelles il a rédigé plusieurs ouvrages. Il anime le premier blog français dédié au protocole et aux usages.



THIBAUD LEMIRE P.20
Responsable communication européenne de la Mel (Métropole européenne de Lille), il a été successivement responsable éditorial web puis chargé de projet numérique à la ville de Lille. Il est un membre actif du comité de pilotage de l'Observatoire de la #compublique numérique.



FERRÉOLE LESPINASSE P.10/11/18
Au sein de Cyclop éditorial, elle intervient en conseil et formation en rédaction auprès de collectivités, entreprises et TPE depuis 2010. Elle est l'auteure de « Sobriété éditoriale : 50 bonnes pratiques pour éconcevoir vos contenus web » chez Publishroom.



RICHARD MAHOUDEAUX P.21
Directeur artistique de Rokovoko, il a débuté en tant qu'infographiste à l'agence de presse JSI puis Idé. Depuis 2010, il réalise des infographies et des illustrations pour la presse et la communication institutionnelle. Il est spécialisé dans l'animation sur After Effects et Edg



DELPHINE MANSION P.18
Juriste et communicante, titulaire d'un DEA de Droit public, spécialisée en Droit des Collectivités territoriales, et d'un Master II Communication, Delphine Mansion exerce depuis 30 ans au sein d'institutions publiques et a occupé les postes d'adjointe, de directrice de cabinet et DGS. Elle accompagne aujourd'hui les élus locaux tout au long de leur mandat et les conseille en stratégie d'influence et en communication politique.



ISABELLE MARX P.8
Doctorante à l'IAE Paris-Sorbonne, elle met aujourd'hui son expertise au service du conseil, de la formation, de l'enseignement supérieur et la recherche. Isabelle Marx bénéficie de plus de 25 ans d'expérience en études et évaluation de la communication, auprès de grandes marques et cabinets spécialisés.



ROLANDE PLACIDI P.7
Avocate au barreau de Strasbourg, ancienne directrice de cabinet en collectivité, elle intervient en droit électoral, droit de la communication et sur les questions touchant à l'intercommunalité. Elle accompagne de nombreuses collectivités dans leur stratégie de maîtrise des risques liés à leur communication.



LAURE PRÉDINE P.23/26
Directrice artistique indépendante, elle a dirigé son studio de graphisme en communication culturelle et institutionnelle avant d'intégrer une agence de communication en édition. Enseignante en école de communication visuelle, d'architecture intérieure et de mode. Sa recherche sur les signes codés graphiques lui a permis de développer depuis plus de trente ans sa propre méthodologie de pensée visuelle. Artiste peintre et graveuse elle préside l'association de gravure de La Tarlatane, à Sceaux.



LUCILE QUERO P.10
Directrice artistique spécialisée en écoconception print et web, autrice du livre « L'éco-conception pour les graphistes », publié aux Éditions Pyramyd et fondatrice de Create for Good, un organisme de formation dédié à la création responsable.



LIZ RAFFIER P.23
Journaliste transmédia (écrit, radio, télé), formée par une école reconnue avec une expérience de terrain et de direction, Liz Raffier exerce actuellement comme formatrice dans différentes écoles sur Lyon : éducation aux médias, média training, com de crise, production de contenu transmédia, préparation aux examens oraux et concours. Elle crée des formations sur mesure à partir de vos cas de communication.



PATRICE RAZET P.9
Directeur conseil en communication numérique à l'agence Canévet et associés, il est avant tout un communicant aguerri du secteur public, fort de plus de 15 ans passés dans les collectivités territoriales. Fortement engagé en faveur d'un numérique responsable, sobre et accessible à tous, il met cette conviction au cœur de son accompagnement des institutions publiques.



JAMEL RBAH P.7
Juriste passionné, expert en droit du digital et en propriété intellectuelle, Jamel Rbah a été juriste droit d'auteur dans l'édition littéraire, puis dans l'édition juridique en ligne. Depuis plus de 15 ans, il accompagne les professionnels du digital et de la communication pour transformer les risques juridiques en conseils pratiques et opérationnels.



DIDIER RIGAUD-DUBAA P.9/13/14/24
Ancien maître de conférences associé à l'Université Bordeaux Montaigne, il est consultant en communication publique pour l'agence Epiceum. Fondateur du Prix de la presse et de l'information

territoriales, il porte une approche de communication interne et externe liées. Il est membre du conseil coopératif de Cap'Com.



ANTHONY ROCHAND P.20/21
Président co-fondateur de LEW (Les experts du web), il accompagne et forme de nombreux professionnels et organismes à la communication digitale : réseaux sociaux, stratégie de contenu et d'influence.



SÉBASTIEN RUFER P.11
Spécialiste en écoconception numérique, il est engagé dans la sensibilisation aux impacts du numérique et guide les collectivités, associations, grandes entreprises et PME vers une communication web soutenable. Il intervient sur des missions d'assistance à maîtrise d'ouvrage, d'audits et de formations.



CÉCILE STAROZ P.12
Actuellement responsable de la Mission communication interne au Département des Pyrénées-Orientales, elle a débuté sa carrière en tant que responsable du service information et documentation d'une entreprise privée, puis attachée de presse du département du Finistère. Elle a ensuite été successivement chargée de communication, formatrice interne réseaux sociaux ou encore rédactrice en chef du journal interne.



HUGO STÉPANIAN P.19
Depuis 11 ans, il accompagne les communicants et professionnels du marketing à développer des prises de parole à forte valeur ajoutée. Il a collaboré avec de nombreuses organisations dans de nombreux secteurs : la métropole de Lyon, EDF, Engie... mais aussi diverses start-up technologiques. Formateur et intervenant en école de marketing et de communication, il intègre l'intelligence artificielle dans ses procédures au service de la créativité et de l'efficacité, sans oublier les impacts de ces technologies. Depuis plusieurs années, il s'inscrit dans la démarche de communication responsable : éco-socio-conception, nouveaux imaginaires, communication RSE, éviter le greenwashing.



MARIE TISSIER P.18/24/25
Fondatrice de Melt, agence de conseil en communication publique et responsable, elle anime régulièrement des formations et dispense des cours à l'Université Lyon 3, Sup de pub et à l'ISCPA. Anciennement attachée de presse en collectivité territoriale, elle s'est spécialisée en communication d'influence, communication durable et citoyenne.



ALAIN VERPILLAT P.13
Rédacteur en chef à la direction de la communication de la région Occitanie, il est responsable de la production de contenus écrits. Journaliste pendant douze ans en presse quotidienne régionale puis nationale, il a notamment travaillé pour Libération, l'Humanité et France Soir.



JADE VINCENT P.11
Dirigeante fondatrice et consultante numérique responsable de l'agence de communication Rose Primaire, elle anime des sessions de formations dont l'approche se veut résolument responsable : sobriété, accessibilité, éthique et inclusion sont au cœur de ses contenus.



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