CAP' COM

36e Forum de la communication publique et territoriale

10 11 12 DÉCEMBRE 2024

Lille

DÉCODER LA COM

Remettre notre com sur le métier et la façonner pour qu'elle soit plus claire, plus sûre. C'est un travail nécessaire face à la confusion qui règne et qui touche d'autres professions, comme les journalistes. L'information est codée, numériquement mais aussi socialement. Mais comment est-elle décodée ? Et savons-nous bien décrypter les échanges, en médiation ou avec nos puissants outils ? C'est à une large réflexion que nous vous convions, dans un territoire résilient et qui sait se ressembler pour les grandes occasions. Une 36e édition pour nous retrouver, très nombreux, pour nous former et mettre à niveau notre logiciel d'intelligence collective !

Yves Charmont
délégué général de Cap'Com

Le Forum en un coup d'œil

Une formation en plus de 35 ateliers et conférences

Mardi 10

» Après-midi Visites pro

Mercredi 11

» 9h
Ouverture du Forum à Lille Grand Palais

» 10h à 13h15
Conférence d'ouverture puis ateliers

» 13h15 à 15h15
Déjeuner et temps du off

» 15h15 à 18h30
Conférences et ateliers

» 19h15 à 00h
La soirée du Forum à la CCI de Lille

Jeudi 12

» 9h30 à 12h45
Conférences et ateliers

» 12h45 à 14h15
Déjeuner et temps du off

» 14h15 à 16h
Conférence de clôture et cérémonie du Grand Prix Cap'Com

L'appli du Forum est de retour.
Cette année encore, retrouvez directement sur votre téléphone le programme des 3 jours, les intervenants, les partenaires et exposants. Faites réseau et entrez en contact avec vos pairs. Participez aux votes en direct. Sélectionnez votre parcours de formation. Rejoignez-nous !

MARDI 10 DÉCEMBRE

APRÈS-MIDI

LES VISITES PRO

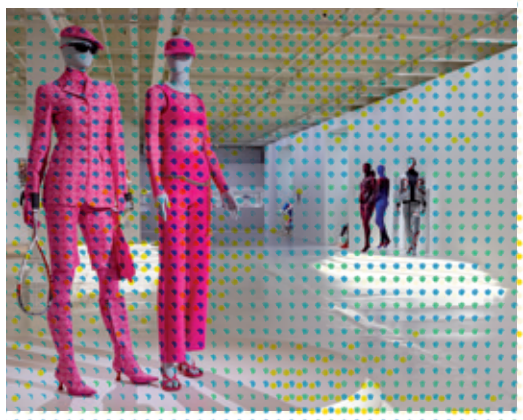
La première journée du Forum est consacrée à la découverte du territoire et de ses enjeux de communication. Plusieurs parcours thématiques vous emmènent dans des lieux symboliques ou des projets, à la rencontre des acteurs et communicants locaux. L'inscription aux visites se fait en ligne lors de votre demande d'inscription au Forum sur www.cap-com.org (dans la limite des places disponibles).

› VP 1 ›› Lille ›› 14h00 • 18h30

20 ans après, la culture toujours capitale

Lille Capitale européenne de la culture en 2004 a propulsé la ville dans le 21e siècle en reflétant l'esprit festif, hospitalier et inclusif qui caractérise les Lillois. 20 ans plus tard, Lille aspire à devenir une capitale européenne de la culture durable et partagée. Présentation de la politique culturelle à Lille et visite du Tri postal, lieu d'expositions d'art contemporain.

Visite à pied en centre-ville.



› VP 2 ›› Lille ›› 14h00 • 18h30

Fives Cail : d'un site industriel à un éco-quartier

S'articulant autour de ses halles emblématiques – de ses cours et bâtiments – la métamorphose de Fives Cail illustre la volonté de la ville de Lille de créer un éco-quartier avec toutes les fonctions d'une ville : habiter, se divertir, se balader, échanger, se détendre, travailler. Présentation du projet et visite des espaces déjà livrés.

Visite à pied et en transport en commun.

› VP 3 ›› Villeneuve d'Ascq ›› 14h00 • 18h30

Attractivité et grands événements sportifs

La Mel a fait de l'organisation de grands événements sportifs (Coupe du monde de rugby 2023, JO 2024, Tour de France 2025) sa marque de fabrique pour développer l'attractivité du territoire. Elle apporte son soutien aussi bien financier que structurel à 21 clubs sportifs de haut niveau. Avec un budget annuel de 3,5 millions d'euros, elle permet de faire rayonner le territoire en soutenant une centaine d'événements par an, tels que le Paris-Roubaix ou la Route du Louvre, et organise ses propres événements comme La Nuit des piscines ou encore les Mel sports.

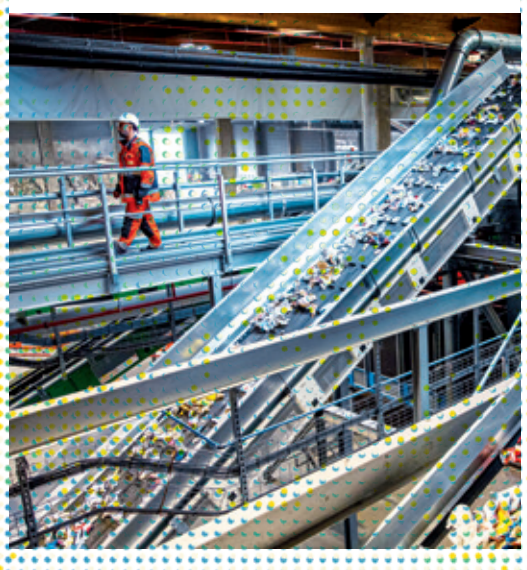
Visite à pied.

› VP 4 ›› Lille/Halluin ›› 14h00 • 18h30

Second souffle pour le tri

Depuis plusieurs années, la Mel s'engage pour faire progresser le recyclage des emballages ménagers et des papiers, et pour réduire le volume des ordures ménagères résiduelles dont les bio-déchets. Si les efforts conjoints offrent des résultats encourageants, cette simplification des règles de tri vise à augmenter encore les performances de recyclage sur le territoire. Départ de Lille.

Visite en car et à pied.



› VP 5 ›› 13h00 • 18h30

Le réseau points-nœuds vélo du département du Nord

Le réseau points-nœuds est un maillage de routes à faible trafic, jalonnées à chaque embranchement par des numéros. Sur une carte papier ou en ligne, le cycliste compose son parcours sur-mesure. Très en vogue chez nos voisins belges, cette offre cyclo-touristique se développe dans le Nord avec 2 600 kilomètres déjà balisés sur le littoral, dans les Flandres et l'Avesnois. D'ici 2026, 2 000 kilomètres supplémentaires seront déployés dans le bassin minier. Le réseau points-nœuds vélo du département du Nord est financé dans le cadre des projets Interreg Eurocyclo et XTraVel et bénéficie de cofinancements européens (Fonds européen de développement régional).

Départ de Lille. Visite en car, balade à vélo (1h30) et à pied.

› VP 6 ›› 14h00 • 18h00

De Gaulle, sur les pas du petit Lillois de Paris

Toute sa vie, le Général de Gaulle a gardé un attachement et un lien particulier à sa maison natale, dans le Vieux-Lille. Entièrement restaurée en 2020 par le Département du Nord, vous la découvrirez au sein d'un nouveau parcours urbain qui met en valeur, dans les rues de la ville, les lieux qui ont compté pour le jeune Charles et forgé le destin qu'on lui connaît. C'est au sein de la pâtisserie Meert que s'achèvera la visite. Cette institution locale fabrique les célèbres gaufres à la vanille, dont on dit que le Général était friand.

Visite à pied.

› VP 7 ›› 14h00 • 18h30

Centre minier de Lewarde : une aventure industrielle et humaine

Installé sur le site de l'ancienne fosse Delloye à Lewarde, le centre historique minier est le plus important musée de la mine en France. Classé monument historique, il accueille 165 000 visiteurs par an. Vêtements suspendus dans la salle de bain, lampes alignées dans la lampisterie : le propos se veut vivant, pour raconter trois siècles d'une aventure humaine et industrielle passionnante. Il participe de façon incarnée à la valorisation du patrimoine de la région.

Visite en car et à pied.

› VP 8 ›› Bruxelles ›› 13h00 • 22h00

L'éducation aux médias aussi pour les communicants publics

Dans une société hyper médiatisée, les communicants publics peuvent se penser « éduqué » face aux médias de tout genre. Néanmoins, la diversité des supports et l'arrivée de l'IA nous rappellent qu'il est essentiel de se questionner régulièrement sur nos rapports aux médias, notre esprit critique vis-à-vis d'eux et comment, en tant qu'institutions, communiquer de manière pertinente en direction des citoyens. Un sujet inspirant accompagné d'une découverte de la Grand-Place de Bruxelles. Visite suivie d'une fête à la belge à Tournai.

Départ de Lille. Visite en car et à pied.

› VP 9 ›› Bruxelles ›› 13h00 • 22h00

Alerte et information à la population en situation d'urgence

Le Centre de crise national est au service des différentes autorités gouvernementales et des services d'urgence 24h/24 et 7j/7. Son objectif est de renforcer la sécurité et la résilience de la Belgique. Une de ses missions est d'élaborer des procédures et des outils pour assurer une communication efficace avant, pendant et après une situation d'urgence, tant entre les services d'urgence et les partenaires qu'avec la population. Visite suivie d'une fête à la belge à Tournai.

Départ de Lille. Visite en car et à pied.

› VP 10 ›› Bruxelles ›› 13h00 • 22h00

Mobilisation des jeunes publics à l'égard des institutions européennes

En 2024, de nombreux jeunes ont voté pour la première fois aux élections européennes. A quoi sert l'Europe ? Que font les parlementaires européens ? Quels sont les enjeux liés au scrutin ? Nombreuses étaient les questions auxquelles les communications du Parlement devaient répondre... Tout en parcourant le cœur du quartier européen, découvrons les campagnes réalisées pour répondre aux questions des primo-votants à la veille du scrutin. Visite suivie d'une fête à la belge à Tournai.

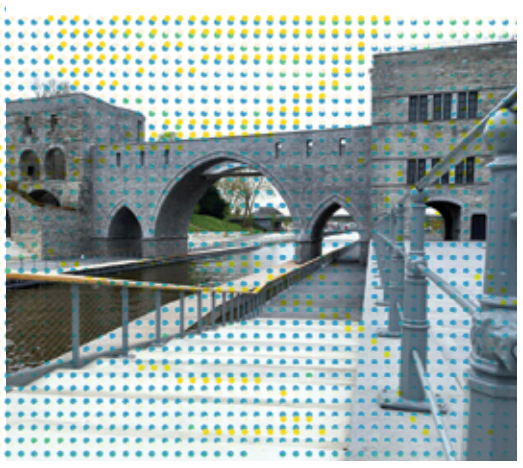
Départ de Lille. Visite en car et à pied.

› VP 11 ›› 16h00 • 22h00

Tournai, une ville tournée vers ses usagers

À une vingtaine de kilomètres de Lille, la ville de Tournai regorge de trésors patrimoniaux et architecturaux. Elle a également fait l'objet d'impressionnantes rénovations financées par des Fonds européens. Découverte des communications publiques menées tout au long de ces travaux et des services de proximité mis à disposition des wallonnes et des wallons pour faciliter leurs démarches administratives au cœur de la ville Picarde. Visite suivie d'une fête à la belge.

Départ de Lille. Visite en car et à pied.



MERCREDI 11 DÉCEMBRE

Prévoyez un petit temps d'avance, il risque d'y avoir de l'attente en bagagerie.

PLÉNIÈRE D'OUVERTURE

10h00 ›› 11h30
Grand Théâtre

L'information au cœur d'une société au bord de la crise de nerf

Journalistes et communicants publics voient évoluer la place de l'information dans un monde en profonde mutation, avec une opinion publique bousculée et des tensions sous-jacentes. Mettre en lumière ces changements de pied et les ruptures à venir, c'est engager la réflexion sur la place de la presse, la désinformation massive, l'arrivée de l'IA, les crises environnementales et sociétales. C'est aussi porter un regard plus large et symbiotique sur un futur proche, où les besoins fondamentaux sont réinterrogés, les inégalités sont grandissantes et le cadre de vie et de travail sont fluctuants. Quels scénarios pour nos territoires et leurs habitants ? Faut-il réinventer les récits de demain ?

Intervenants

Céline Pigalle, directrice éditoriale déléguée chargée de l'information et de la proximité à Radio France

©Radio France/Christophe Abramowitz

Louis Dreyfus, président du directoire du groupe Le Monde, et président de l'École supérieure de journalisme de Lille

Dylan Buffinton, prospectiviste et consultant en stratégie

Yves Charmont', délégué général de Cap'Com

12h00 ›› 13h15

Choisissez votre atelier

· Pas de réservation pour les ateliers, merci d'arriver à l'heure !

LAB1 · Salle 3.7
Concertation : co-recueillons les avis et expressions citoyennes

Que sont devenus les cahiers de doléances ouverts par les maires ruraux pendant la crise des Gilets jaunes en 2019 ? Qu'a-t-on fait des propositions de la Convention citoyenne pour le climat ? Dans une démarche participative, la restitution est aussi fondamentale que la concertation. Mais concrètement, comment donne-t-on aux citoyens les propositions évoquées lors de la concertation ? Doivent-elles être ouvertes à tous ? Faut-il les retraiter, les trier, les restructurer ? Les réponses à ces questions seront construites par les participants – par groupe de 12 personnes – à partir de cas pratiques et du point de vue de la communication.

·Animé par **Pascal Nicolle**, président de Débatlab
·Avec **Clément Delaby**, alias Monsieur Scribe, facilitateur graphique

AC1 · Salle 3.8
Communication et sport : l'après JO

Les territoires mobilisés autour des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 veulent transformer l'essai. Et désormais, des collectivités prolongent leur communication sportive avec des objectifs de santé publique, de renforcement du lien social ou de fréquentation de leurs équipements nouveaux. Quels sont les moyens nécessaires en communication pour accompagner ces besoins ? Quels sont alors les nouveaux périmètres de la communication publique ?

·Animé par **Sandrine Hector'**, responsable relations publiques, protocole et relations presse de la communauté d'agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines
·Avec **Christophe Disic**, directeur des sports et à l'héritage olympique de la ville de Saint-Ouen-sur-Seine

AC2 · Grand Théâtre
L'IA générative va-t-elle remplacer les moteurs de recherche ?

Le boom de l'intelligence artificielle générative depuis 2022 porte en particulier la promesse d'un accès à l'information et à la connaissance plus riche et fluide. Fini le chatbot à côté de la plaque, place à un véritable robot de conversation, capable d'expliquer un concept, d'argumenter et de dialoguer. Et les leaders de la recherche sur le web s'en inquiètent. Les communicants publics doivent-ils abandonner la bataille du référencement au profit de la conquête d'un nouvel eldorado numérique ?

·Animé par **Jean-Charles Lallouet'**, adjoint à la DGA communication et attractivité de la ville et de l'agglomération de Saint-Nazaire

AC3 · Amphithéâtre Louis Pasteur
Comment faire distribuer son magazine ?

Comment faire distribuer son magazine ? Est-ce la fin du modèle de distribution "toutes boîtes" ? À l'heure où l'un des leaders de la distribution adressée d'imprimés a brusquement annoncé l'arrêt de son activité, les collectivités doivent imaginer de nouvelles solutions pour que leur magazine atteigne le lecteur. Internalisation de la démarche, points de dépôt, envois adressés... de nouvelles pratiques autrefois confidentielles se développent pour pallier - ou compléter - le mode de distribution historique.

·Animé par **Lucille Roué**, responsable communication de la communauté de communes des Vals du Dauphiné
·Avec : **Jeanne Rousselet,** responsable communication de la ville de Loos · **Céline Boyer-Simonne**, directrice de la communication du département du Gard · **Didier Rigaud-Dubaa'**, maître de conférence associé à l'université Bordeaux Montaigne, créateur du Prix de la presse et de l'information territoriales

AC4 · Amphithéâtre Marie Curie
L'innovation durable : un facteur d'attractivité ?

Les conséquences du dérèglement climatique amènent chacune et chacun à s'interroger sur la capacité du territoire où il habite à y faire face. Économie circulaire, agriculture raisonnée, gestion durable de l'eau, transport durable, maisons de santé... .../...

LES CONFÉRENCES ET GRANDS ANGLES
Des sujets imprégnés de l'actualité de l'année

LES CONFÉRENCES HOP
6 réponses concrètes sur des outils ou des stratégies

LES ATELIERS COM
Des décryptages d'initiatives pour réfléchir ensemble et élaborer des solutions

LES FABLAB
Des séances de production collective sur des cas de communication et concertation

LES ATELIERS PRO
Des temps de coaching pour consolider ses qualités managériales individuelles

LES TAPIS DE PAROLE
Pour se retrouver en réseau

LES CONSEILS À LA COQUE
4 minutes chrono avec un expert pour bénéficier de ses conseils

' : membre du comité de pilotage Cap' Com

partout en France des politiques publiques innovantes se mettent en place. Devenir une "safe place" – un territoire qui prend soin – devient-il un argument central d'attachement et d'attractivité ?

·Animé par **Xavier de Fouchécour**, co-fondateur de l'agence Bastille

AC5 · Salle 3.2
Recruter dans la communication publique

Pas si simple de recruter dans la communication publique, tant les attentes des uns, les priorités des autres et les contraintes administratives semblent souvent inconciliables. Quels arguments peut mettre en avant une collectivité souhaitant recruter un communicant avec de l'expérience, haute technicité, goût pour l'engagement en faveur du service public et bien sûr titulaire de la fonction publique territoriale, pour séduire des candidats, notamment issus des jeunes générations.

·Animé par **Benjamin Teitgen'**
·Avec : **Dr. Gersende Blanchard**, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, responsable du master JEC à l'université de Lille et **Marie-Claude Bougot**, directrice adjointe de la communication du département d'Ille-et-Vilaine

AP1 · Salle 3.5 et 3.6
Je soigne mes RP et mon réseau d'influenceurs

Aux côtés des journalistes, les influenceurs, proches de leur audience, constituent des relais privilégiés pour transmettre l'information de manière authentique et engageante auprès des publics de la collectivité. Comment identifier les influenceurs pertinents en fonction du territoire ou de l'institution, de ses valeurs et de ses domaines de compétence ? Comment engager et développer la relation avec eux ?

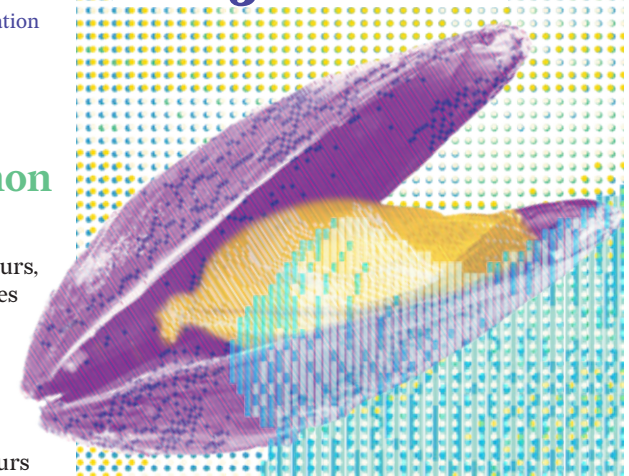
·Animé par **Nicolas Nowaczyk**, directeur de la participation citoyenne et de la communication de la ville de Cergy et **Cécile Perret**, directrice de la communication de la ville de Saint-Germain-en-Laye

TP1 · Salle 3.4
Les communicants de petites collectivités allègent leur charge mentale

Parés de leurs plus belles chaussettes et collants, les communicants des petites collectivités viennent partager sur le grand tapis du Forum des astuces pour mieux gérer leur charge mentale, et des idées et bonnes ondes pour mieux jongler entre toutes leurs missions. Un vrai défi pour ces couteaux suisses !

·Animé par **Gaud Menguy'**, chargée de la communication de Brocéliande communauté et **Reynald Tuillet**, responsable communication de la commune d'Arâches-la-Frasse

13h15 · 15h15
Déjeuner



MERCREDI 11 DÉCEMBRE

▪ Pas de réservation pour les ateliers, merci d'arriver à l'heure !

15h15 » 16h30

Choisissez votre atelier

HOP 1

Amphithéâtre Louis Pasteur

Des idées pour consolider la presse territoriale

Des lauréats du Prix de la presse et de l'information territoriales vous présentent leurs initiatives. Présentation de six magazines exemplaires et inspirants.

·Animé par **Annabelle Bendel'**, consultante et directrice associée de l'agence Pan!
·Avec **Didier Rigaud-Dubaa**, maître de conférences associé à université Bordeaux Montaigne et **les six organismes témoins**

GA1 ▪ Amphithéâtre Marie Curie

La place du service communication dans les collectivités

À la charnière entre le politique et l'administration, service prestataire et/ou service stratégique, comment se positionne aujourd'hui le service communication dans les collectivités ? Quels sont les fonctionnements, les règles de validation, les outils mis en place dans le service et avec les autres services, y compris avec les chargés de communication disséminés dans l'ensemble de la collectivité, pour permettre au service communication d'être reconnu dans son expertise et se donner les moyens d'une communication anticipée et maîtrisée ? Dans quelle mesure l'IA va-t-elle impacter nos organisations et remettre en cause les pratiques et le positionnement de la .../...

fonction communication ? Ce grand angle est organisé en appui sur une enquête Cap'Com menée auprès de collectivités sur leur organisation et autour de la présentation d'outils et de pratiques mises en place et du rôle que l'I.A. peut jouer dans nos organisations.
·Animé par **Bertrand Bellanger'**, directeur adjoint du développement économique, de l'emploi et du tourisme d'Amiens Métropole, et **Jeanne Rebuffat'**, directrice de la communication de la ville de Lyon
·Avec **Assaël Adary**, président d'Occurrence

LAB2 ▪ Salle 3.7

Co-accueillons le conflit dans une démarche de concertation

Si la gestion des oppositions et des conflits est une dimension assumée de la démocratie participative, elle requiert de la méthode : .../...

pédagogie, médiation, accueil des émotions. D'autant plus lorsque le conflit se déplace sur le champ de la violence. En concertation, comment préserver le dialogue ? Quelle part laisser à la négociation ? Quand faut-il stopper la démarche ? Les réponses à ces questions seront construites par les participants – par groupe de 12 personnes – à partir de cas pratiques et du point de vue de la communication et du positionnement de son institution.

·Animé par **Sylvie Barnezet**, déléguée générale de l'Institut de la concertation et de la participation citoyenne (ICPC) et **David Prothais**, co-président de l'ICPC, fondateur et directeur de mission pour Eclectic Experience
·Avec **Clément Delaby**, alias Monsieur Scribe, facilitateur graphique

AC6 ▪ Salle 3.8

Comment parler de transition sans créer d'anxiété ?

Alors qu'il y a urgence à agir face au changement climatique, les communicants publics ont un rôle majeur à jouer. Ils doivent alerter, informer, sensibiliser et faire agir des citoyens déjà très anxieux. Quelle approche employer pour faire passer ces messages ? Les sciences sociales et humaines apportent de précieux éléments de réponse et nous encouragent à changer de ton et de posture.

·Animé par **Nicolas Audeguy'**, directeur de l'agence Giboulées
·Avec : **Agnès Garderet**, directrice de la communication de l'Anah et **Baptiste Maurel**, directeur de la communication du département des Pyrénées orientales

AC7 ▪ Salle 3.2

Dompter le prompt

Avec l'arrivée massive des outils de l'intelligence artificielle générative au service des communicants, les techniques de prompt deviennent une compétence nécessaire pour l'exercice du métier. Rédaction de contenus et créations d'images : un atelier pour apprendre à maîtriser le prompt et intégrer ainsi l'usage de l'IA dans ses pratiques métier.

·Animé par **Marc Cervennansky'**, responsable de la communication numérique de Bordeaux métropole
·Avec : **Martin Pavanello**, co-fondateur et CEO de Mister IA, consultant en IA générative

AP2 ▪ Salle 3.5 et 3.6

Je passe au langage clair

« Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement. Et les mots arrivent aisément ». Cette citation de Nicolas Boileau au XVII[e] siècle n'a pas pris une ride. Nous, communicants publics, en somment bien conscients. Nous devons faire preuve de pédagogie face à l'expression toujours plus technique de nos élus et de nos collègues, et à la défiance citoyenne. Cet atelier vous aidera à adopter un langage simple et direct pour rendre l'information accessible à tous les citoyens, simplifier les démarches administratives, et faciliter la transparence et la compréhension du débat public. Un véritable enjeu après la séquence politique que nous avons traversée.

·Animé par **Gaud Menguy**, chargée de la communication de Brocéliande communauté
·Avec : **Marie Tissier**, consultante en stratégie de communication pour Melt communication et humanités

TP2 ▪ Salle 3.4

Com santé : besoin de se connaître

C'est dans les territoires que convergent tous les enjeux de communication des acteurs de la santé : gestion de crise, difficultés de recrutement, concurrence, enjeux d'innovation et de qualité des soins... Et pas que pour les services hospitaliers ou les ARS : sur ce tapis de paroles sont bienvenus tous les communicants engagés sur les questions de santé de leur territoire.

·Animé par **Séverine Blanc'**, responsable communication de l'ARS Pays de la Loire et **Dominique Mégard'**, fondatrice de Cap'Com

17h15 » 18h30

Choisissez votre atelier

HOP 2

Amphithéâtre Louis Pasteur

Des idées pour renforcer sa com numérique

En récompensant les meilleures actions de l'année sur le web et les réseaux sociaux, les Hashtags 2024 de l'Observatoire de la #compublique numérique révèlent des démarches créatives, participatives et de valorisation de services publics des collectivités territoriales. Décryptage de six campagnes de collectivités lauréates pour inspirer ses futures communications numériques.

·Animé par **Annabelle Bendel**, consultante et directrice clientèle associée de l'agence Pan !
·Avec **Franck Confino'**, consultant numérique et fondateur de l'Observatoire de la #compublique numérique et les **six organismes témoins**

GA2 ▪ Amphithéâtre Marie Curie

Renforcer la démocratie et les dispositifs citoyens

Des élections européennes qui précipitent la dissolution de l'Assemblée nationale, mais aussi une lassitude citoyenne envers des dispositifs participatifs pas toujours à la hauteur des promesses, une défiance et une radicalisation des discours : ces constats imposent de réinterroger la représentation des citoyens et le fonctionnement démocratique à toutes les échelles. Comment le mécontentement se traduit-il ? Comment faire pour que ça marche ? Comment réduire le point de friction entre communication publique et citoyens, et recréer un triangle vertueux entre politiques, communication publique et citoyens ?

·Animé par **Sandrine Guirado'**, responsable communication de la FNCCR, fédération des collectivités dévolue au services publics locaux
·Avec **Rémi Lefebvre**, professeur de sciences politiques à l'université de Lille et chercheur au Ceraps, laboratoire du CNRS

AC8 ▪ Salle 3.2

Renouveler l'attachement au territoire par les rituels sociaux

Fêtes traditionnelles locales, célébrations collectives, mode de salutation ou encore célébrations de victoires sportives : les pratiques sociales et autres rituels collectifs semblent contribuer de plus en plus à forger l'identité locale. En ce sens, ils participent à renforcer l'attachement des habitants à leur territoire, voire à faciliter l'intégration des nouveaux venus. Comment identifier, travailler et capitaliser sur ces « rituels sociaux » pour renforcer l'hospitalité et l'attractivité de son territoire ? Quelle est la limite de l'exercice ?

·Animé par **Christophe Devillers'**, directeur adjoint de l'agence d'attractivité Mulhouse Sud Alsace
·Avec : **Marc Thébault'**, Consultant en attractivité des territoires et communication publique et **Thomas Roussez**, directeur de la communication de la ville et de la communauté urbaine de Dunkerque

AP3 ▪ Salle 3.5 et 3.6

Je gère l'évaluation de mon action

Vous vous demandez parfois si vos actions ont vraiment de l'impact ? Ou vous aimeriez démontrer que c'est le cas, avec des données concrètes, sans non plus monter une usine à gaz ? Évaluer ses actions de communication, c'est l'occasion d'identifier ce qui marche et ce qu'il faut modifier ou affiner. C'est aussi un moyen de mieux cerner les attentes de vos publics, d'ajuster la communication en temps réel, de mieux cibler et de créer des messages plus percutants. Cet atelier abordera, à partir de cas concrets et d'échanges avec les participants, le sujet au travers d'une approche à la fois éthique et éprouvée, pour asseoir votre expertise auprès de vos interlocuteurs. Quelle méthode et quels outils mettre en place en fonction des actions à mesurer ? Que peut-on réellement en attendre ? Auprès de qui – et comment – communiquer sur les résultats ?

·Animé par **Laurence Perez'**, directrice de la communication de la ville de Villeurbanne
·Avec : **Mary Mackay'**, responsable de la communication interne de Pays de Montbéliard agglomération et **Olivier Pignard**, chargé de communication à la ville de Villeurbanne

TP3 ▪ Salle 3.4

Cominterne : enjeux d'accessibilité

N'exclure personne : le leitmotiv du communicant public est-il un vœu pieux ? Si la communication interne cherche tous les jours à atteindre le plus grand nombre d'agents dans la diversité de leurs métiers, elle ne pense pas toujours à s'adapter à celles et ceux qui, parmi eux, sont en situation de handicap. Cet atelier vous invite à un échange (sans tabou ni jugement) sur vos pratiques – notamment en matière d'accessibilité numérique – près de dix ans après le vote de la loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

·Animé par **Dominique Yoyo'**, responsable du service communication interne à la métropole de Lyon

LES CONFÉRENCES ET GRANDS ANGLES
Des sujets imprégnés de l'actualité de l'année

LES CONFÉRENCES HOP
6 réponses concrètes sur des outils ou des stratégies

LES ATELIERS COM
Des décryptages d'initiatives pour réfléchir ensemble et élaborer des solutions

LES FABLAB
Des séances de production collective sur des cas de communication et concertation

LES ATELIERS PRO
Des temps de coaching pour consolider ses qualités managériales individuelles

LES TAPIS DE PAROLE
Pour se retrouver en réseau

LES CONSEILS À LA COQUE
4 minutes chrono avec un expert pour bénéficier de ses conseils

' : membre du comité de pilotage Cap' Com

JEUDI 12 DÉCEMBRE

Prévoyez un petit temps d'avance, il risque d'y avoir de l'attente en bagagerie.

· Pas de réservation pour les ateliers, merci d'arriver à l'heure !

9h30 » 10h45

Choisissez votre atelier

HOP 3

Amphithéâtre Louis Pasteur

Des idées pour que les publics jeunes s'engagent

Animé par **Annabelle Bendel**, consultante et directrice clientèle associée de l'agence Pan ! Avec **Julien Bordas'**, responsable de la communication numérique d'Orphéopolis et les **six organismes témoins**

Engager un dialogue avec les jeunes nécessite de trouver le bon dosage pour être dans les codes, émouvoir une génération apparemment volatile et relever le défi du non-recours aux droits et services. Décryptage de six démarches communicantes ciblant et engageant les jeunes dans la société.

AC9 · Salle 3.8

La santé, approche transversale

Parler santé ne se résume pas à parler maladie, addictions ou soins mais s'inscrit dans une vision globale. Les acteurs de la santé au sens strict du terme ne peuvent penser et agir seuls. Les collectivités deviennent des acteurs de la santé globale. Réduction des expositions aux nuisances, qualité de l'air, soutien aux comportements favorables à la santé, réduction des inégalités sociales et territoriales de santé.../...

Les champs sont multiples dans lesquels collectivités et interlocuteurs santé – et partant leurs communications – peuvent unir intelligences et moyens au service de tous.

·Animé par **Séverine Blanc'**, responsable communication de l'ARS Pays de la Loire

AC10 · Amphithéâtre Marie Curie

Une com qui marche au service des projets ?

À la suite d'un atelier co-organisé au Congrès des maires 2024, cet atelier met en avant des actions de communication publique ayant eu un impact sur le territoire et ses habitants. .../...

Les élus semblent encore plus en demande d'opérations positives et constructives de communication publique au service de l'action publique, loin du sentiment d'impuissance qui, parfois, apparaît et nourrit un découragement.

·Animé par **Marie Cailleaud'**, responsable de communication de Tulle agglo
·Avec : **Martine Rouette**, directrice du service des communications et affaires publiques de la ville de Prévost (Québec), **Marie-Hélène Gallin**, directrice de la communication de l'AMF et **Julie Chiret-Cannesan**, directrice adjointe du SIG, Service d'information du gouvernement

AC11 · Salle 3.2

Travailler la mise en accessibilité de son site internet

Dans l'objectif d'œuvrer à l'égalité des droits et de chances, à la participation et à la citoyenneté des personnes handicapées, le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA) est une obligation légale pour tout organisme de droit public. Si la mise en conformité de son site internet est un projet qui nécessite du temps et des moyens humains, quelles sont les grandes étapes, les trucs et astuces pour mener à bien un tel dispositif dans l'intérêt de toutes et tous ?

·Animé par **Caroline Grand'**, directrice de la communication de La Rochelle université

AP4 · Salle 3.5 et 3.6

Je suis assisté professionnellement par l'IA au quotidien

Nos journées sont composées des multiples tâches que l'on peut définir par priorité et par valeur ajoutée. L'IA peut devenir un allié quotidien pour toutes les tâches chronophages à faible valeur ajoutée. Présentation des solutions simples pour automatiser des processus, analyser des données, obtenir des synthèses.

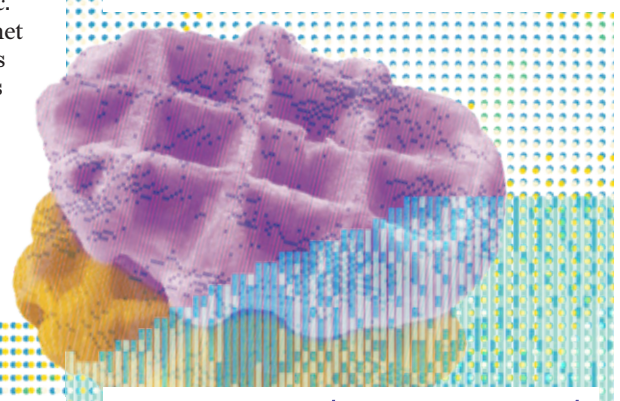
·Animé par **Sophie Quéran'**, directrice de la communication et des relations publiques de la ville de Villejuif
·Avec **Aurore Pouillard Rémy**, consultante éditoriale et rédactrice Freelance

TP4 · Salle 3.4

Durer dans la com publique après 50 ans

À plus de 50 ans, comment se positionner et aller de l'avant ? Échangez avec vos pairs sur vos expériences, vos problématiques et découvrez des pistes d'action concrètes

·Animé par **Marc Cervennansky'**, responsable de la communication numérique de Bordeaux Métropole et **Pierre Chavonnet'**, directeur du pôle marques & transformation chez Occurrence



12h45 · 14h15 Déjeuner

·Animé par **Anne-Caroline Poincaré'**, directrice de la communication de la ville de Guyancourt
·Avec : **Laurence Bourgeois**, adjointe du directeur général adjoint ressources humaines, innovation et dialogues, directrice culture interne et managériale de la Mel, métropole européenne de Lille et **Marie-Charlotte Lanta**, coach formatrice en communication

11h30 » 12h45

Choisissez votre atelier

HOP 4

Amphithéâtre Louis Pasteur

Des idées pour valoriser les métiers du service public

Animé par **Annabelle Bendel**, consultante et directrice clientèle associée de l'agence Pan ! Avec **Bruno Lafosse'**, président de l'agence Boréale et rédacteur en chef de L'Inspiration politique, et **les six organismes témoins**

Dans un contexte de difficultés de recrutement, d'agressions faites aux agents ou encore de stéréotypes sur la fonction publique, comment valoriser les missions et les métiers du service public ? Marque employeur, promotion du service public, dispositifs croisés entre communication interne et externe : six expériences réussies.

AC13 · Salle 3.2

Enjeux et défis du graphisme éco-responsable

S'appuyant sur des stratégies comme le design minimaliste et l'optimisation des ressources, la mise en œuvre du graphisme éco-responsable rencontre toutefois encore quelques résistances. Nous explorons les freins et les leviers possibles pour son adoption et les éventuelles opportunités de l'IA.

·Animé par **Gaëlle Abensour'**, fondatrice et directrice conseil de l'agence 4 août

AP5 · Salle 3.5 et 3.6

Je valorise les compétences de mon équipe

Comment booster la créativité de son équipe, cultiver un esprit d'équipe ? Comment faire grandir les agents, collectivement et individuellement ? Le management est un terrain d'expérimentation où chaque situation est unique, mais il existe des techniques et des moyens à partager lors de cet atelier.

TP5 · Salle 3.4

Les pros des relations presse et l'IA : opportunités et menaces

Comment se saisir concrètement de l'IA pour se recentrer sur son cœur de métier tout en préservant l'essence : la relation et la capacité à faire du sur-mesure ?

·Animé par **Sandrine Hector**, responsable relations publiques, protocole et relations presse de l'agglomération de Saint-Quentin-en-Yvelines et **Sophie Cambra**, conseillère communication auprès de Pia Imbs, présidente de l'eurométropole de Strasbourg

GA3 · Amphithéâtre Marie Curie

S'organiser pour mieux lutter contre les infox

Retour sur le séminaire international 2024 de Strasbourg organisé par Cap'Com et le Club de Venise. Dans une période où les manipulations de masse sont de plus en plus puissantes, occasionnant des troubles à l'ordre public importants, que faire en communication publique ? Y-a-t'il des solutions pour mieux éduquer aux médias et à la gestion des informations sur les réseaux sociaux ? Comment agir à l'échelle des territoires ?

·Animé par **Philippe Lancelle'**, consultant en communication publique
·Avec : **Natalie Maroun**, experte internationale de la communication de crise, **Kristina Plavšak-Krajnc**, conseillère principale en communication stratégique, ministère slovène des affaires étrangères et européennes, cabinet du ministre, représentante du Club de Venise et **David Colon**, professeur à Science-Po Paris spécialiste des questions de propagande, de communication, relations publiques et numérique

LAB3 · Salle 3.7

Co-garantissons l'information dans la concertation

Une démarche de participation nécessite que le cadre de la discussion soit posé en amont. Notamment l'information nécessaire au bon choix. .../...

Comment, tout au long d'une concertation, garantir une information de qualité, juste et sincère aux citoyens ? Jusqu'où aller dans la mise à disposition de données ? Les réponses à ces questions seront construites par les participants – par groupe de 12 personnes – à partir de cas pratiques et du point de vue de la communication.

·Animé par **Sylvie Barnezet**, déléguée générale de l'Institut de la concertation et de la participation citoyenne (ICPC) et **David Prothais**, co-président de l'ICPC, fondateur et directeur de mission pour Eclectic Experience
·Avec **Clément Delaby**, alias Monsieur Scribe, facilitateur graphique

AC12 · Salle 3.8

Le premier kilomètre de la compublique

Comment les messages franchissent-ils les obstacles en proximité ? Faciliter le premier pas des citoyens vers l'action publique est l'un des plus grands défis de la communication publique locale. À l'heure où le numérique explose, l'oralité et l'aller-vers restent essentiels pour toucher tous les publics. En s'appuyant sur la dernière édition du Baromètre Epiceum – Harris Interactive de la communication locale réalisé en partenariat avec l'AMF, Cap'Com et La Poste, nous explorerons des initiatives réussies pour parler à des publics très proches, mais pourtant si « éloignés ».

·Animé par **Christian de la Guéronnière'**, directeur de l'agence Epiceum

14h15 » 14h45

PLÉNIÈRE DE CLÔTURE

Grand Théâtre

Innovations, nouveaux usages et accompagnement des transitions

Innovations, nouveaux usages et accompagnement des transitions : Adrien de Blanzy – président de l'ADN, tendances et mutations, mais aussi du jury du Grand Prix Cap'Com 2024 – livre son regard sur notre société en mouvement en s'appuyant sur l'observation des signaux forts et faible. Il reviendra sur les campagnes de communication publique analysées dans le cadre de ce Grand Prix 2024.

Adrien de Blanzy, président de l'ADN

CÉRÉMONIE DU GRAND PRIX

Début de la cérémonie à 14h45

En récompensant les meilleures campagnes de communication des collectivités locales, administrations et organismes publics, le Grand Prix Cap'Com met en lumière les dispositifs les plus remarquables. Temps de découvertes et de célébrations, la cérémonie de remise des prix est une véritable source d'inspiration créative pour les professionnels du secteur.

Sara De Paduwa, journaliste à la RTBF

LE Off

Un temps de réseau inspirant

Le grand rendez-vous de la compublique locale, c'est l'occasion de se voir, de se soutenir, de s'écouter et de monter en compétences. 100 % des participants en rapportent de l'oxygène, de bonnes idées, de nouvelles méthodes, appuyées sur de vrais retours d'expérience.

Les conseils à la coque

Espace Square · Foyer central

Mercredi ›› 16h30 · 17h15
Jeudi ›› 10h45 · 11h30

Quatre minutes, c'est le temps de cuisson d'un œuf à la coque ! C'est également le temps nécessaire à la quinzaine de spécialistes présents pour apporter conseils avisés et pistes de travail autour des thématiques du droit, du réseau professionnel et du design/graphisme.

DESIGN ET GRAPHISME

- Animer l'identité graphique de son territoire
  Damien Pfister', directeur de la communication et des relations publiques de Villeparisis
- Maîtriser les fondamentaux du graphisme éco-responsable
  Gaëlle Abensour', fondatrice et directrice conseil de l'agence 4août
- Recourir à l'IA pour ses vidéos
  Alexy Staciewinski et Thibault Lootvoet, experts vidéos 2emotion
- Intégrer l'IA dans sa communication éditoriale
  Aurore Pouillard Rémy, consultante éditoriale et ses pratiques professionnelles rédactrice freelance.
- S'emparer du livre blanc sur la communication publique éco-responsable
  Les communicants du territoire rochelais

RÉSEAU PRO

- Rejoindre la coopérative de la communication publique
  Andréane Lecarpentier, directrice adjointe de Cap'Com
- (Se)former au sein du réseau Cap'Com
  Kévin Martins-Alves, chargé de formation de Cap'Com
- Découvrir Place de la communication
  Étienne Demouy, président
- Prendre place dans les réseaux de santé
  Antoine Gruselin, responsable relations publiques et presse et **Aurélie Milis**, responsable de la communication de l'hôpital de La Citadelle (Belgique)

JURIDIQUE

- Se conformer aux principes du numérique responsable
  Mélanie Raphaël, experte numérique écoresponsable à la direction interministérielle du numérique (Dinum)
- Garantir les droits musicaux de ses créations
  Hubert Kerjean, directeur marketing d'Universal production music
- Respecter les règles juridiques et déontologiques des communications
  Magali Jalade, directrice des affaires publiques et juridiques à l'ARPP, autorité de régulation professionnelle de la publicité

Un Forum responsable

La coopérative Cap'Com s'engage. Le Forum Cap'Com de Lille est conçu dans une démarche éco-responsable conforme aux recommandations de l'Ademe selon 6 axes prioritaires :

1. LA MOBILITÉ DURABLE

Le centre de congrès est facile d'accès à pied et en transports en commun.

2. UN LIEU ÉCO-RESPONSABLE

Le centre de congrès est engagé dans une charte environnementale et sociale.

3. UN ÉVÉNEMENT ACCESSIBLE À TOUS

4. DES ACHATS RESPONSABLES

Choix de fabricants locaux et éco-responsables et de matériaux éco-conçus (recyclables ou labellisés PEFC ou FSC).

5. LE RECYCLAGE DES DÉCHETS

Pris en charge par les partenaires locaux et une ressourcerie.

6. L'ALIMENTATION

Deux déjeuners issus de circuits courts et de saison.

La soirée du Forum

Mercredi 11 décembre
19h15 ›› 00h

La soirée Cap'Com investit les locaux de la CCI de Lille, en plein cœur de la ville, à deux pas de la Grand'Place. Poussez les portes de ce décor néo-flamand, classé monument historique, le temps d'une soirée chaleureuse et participative.

› Métro 1 · station Rihour
› À 15 minutes de marche de Lille Grand Palais

Le Forum des étudiants

18h30 ›› 20h

Conférences et temps d'échange

Le point sur les filières de formation à la communication publique, les attentes de leurs étudiants et les besoins de la profession. Organisé par les étudiants **du master CPDP de l'université de Lille** avec le concours du réseau Cap'Com.

RÉSERVÉ AUX ÉTUDIANTS

Amphi Cassin · Faculté des Sciences Juridiques, Politiques et Sociales
1 place Déliot à Lille
› Métro 2 · station Porte de Douai
› 25 min de marche de Lille Grand Palais

L'espace d'exposition

Espace Square · Foyer central

Échangez avec les partenaires et les prestataires de la communication publique, présents tout au long du Forum. Entre les conférences et ateliers, partagez avec eux vos problématiques et besoins, ils se feront un plaisir de vous conseiller et de vous présenter leurs solutions.

Consultez la liste des exposants sur **www.cap-com.org** et sur **l'appli du Forum.**

Organiser son séjour

PENSEZ À VENIR AVEC VOTRE GOURDE

REPÉRER LES LIEUX DE RENDEZ-VOUS

›››› Les visites pro

▪ Mardi 10 décembre, de 13h à 22h

La demi-journée est consacrée aux visites professionnelles.
Pour chaque visite, le départ et le retour se font à Lille.
Vous recevrez votre feuille de route au mois de novembre.

›››› Le Forum

▪ Mercredi 11 décembre, de 10h à 18h15
▪ Jeudi 12 décembre, de 9h30 à 16h

Rendez-vous au Lille Grand Palais Entrée C
1 Boulevard des Cités Unies à Lille.
Métro 2, arrêt Lille Grand Palais. Ouverture des portes à 9h.

›››› La soirée du Forum

▪ Mercredi 11 décembre, de 19h15 à 00h

Rendez-vous la CCI de Lille, 2 Place du théâtre,
pour une soirée conviviale dans un lieu d'exception.

S'inscrire au Forum

L'inscription se fait en ligne sur www.cap-com.org

Pour vous inscrire – ou la personne chargée de votre inscription vous devez avoir défini en amont :

- vos jours de présence ;
- votre choix de visite professionnelle du mardi ;
- vos déjeuners (évitons le gaspillage) et votre participation à la soirée du mercredi ;
- les coordonnées de la personne chargée de votre suivi d'inscription (RH ou Opco).

- Vous recevez votre convention de formation.
- Vous renvoyez au plus vite votre convention signée et un bon de commande.
- Vous recevez les infos pratiques concernant la formation.
- Vous réservez votre voyage et votre hôtel.
- Vous pouvez partir l'esprit libre pour apprendre !

Venir au Forum

▪ Une gare peut en cacher une autre ! Les deux gares à proximité, Lille-Europe et Lille Flandres vous placent à 15 minutes à pied du Lille Grand Palais. En métro, vous en mettre tout autant.

▪ Pensez au covoiturage : consultez la liste des participants sur l'appli du Forum et contactez vos collègues covoitureurs.

Réserver son logement

L'hébergement est à la charge de chaque participant. L'office de tourisme de Lille met à votre disposition une liste d'hébergement recommandés.

Les partenaires du Forum

LES COLLECTIVITÉS ET ORGANISMES DU TERRITOIRE D'ACCUEIL

LES INSTITUTIONS PUBLIQUES NATIONALES ET EUROPÉENNES

LES PARTENAIRES PROFESSIONNELS

LES RÉSEAUX LOCAUX, NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

LES PARTENAIRES MÉDIAS

Conception : Cap'Com – Création : agence Giboulées – Impression : L-Imprimerie (93) – Imprimé sur papier recyclé et certifié, sans sécheur, sans eau, sans chimie – Programme arrêté au 6 octobre 2024, actualisé sur le site www.cap-com.org

Le Forum Cap'Com relève de la formation professionnelle. Il est pris en charge par les fonds de formation, les Opco. Cap'Com possède la certification Qualiopi. Cette certification a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivante : actions de formation.

L'inscription est forfaitaire et comprend l'accès aux visites professionnelles, conférences, débats et ateliers, les deux déjeuners, la soirée du Forum, ainsi que la participation à la cérémonie de remise du Grand Prix de la communication publique et territoriale. Le déplacement et l'hébergement sont à la charge de chaque participant.

Des tarifs qui facilitent l'accès de tous et sont adaptés à la taille de chaque organisme, selon la durée de présence de 1 à 3 jours. Les prix sont indiqués hors taxes.

TVA applicable : 20 %

> Collectivités de moins de 10 000 habitants
- Pass 3 jours : 610 € HT
- Pass 1 jour : 390 € HT

> Collectivités de 10 000 à 40 000 habitants, universités et écoles, consultants, associations
Pass 3 jours : 970 € HT
Pass 1 jour : 695 € HT

> Collectivités de 40 000 à 100 000 habitants, agences de moins de 20 salariés
- Pass 3 jours : 1 090 € HT
- Pass 1 jour : 780 € HT

> Collectivités de plus de 100 000 habitants, administrations, organismes publics, agences de plus de 20 salariés, entreprises publiques et privées
- Pass 3 jours : 1 210 € HT
- Pass 1 jour : 860 € HT

> Étudiants et demandeurs d'emploi
- Pass 3 jours : 230 € HT
- Pass 1 jour : 115 € HT

> Cap'Com Intégral
Les abonnés à Cap'Com Intégral peuvent s'inscrire avec leurs crédits de formation :
1 pass Forum = 3 crédits de formation.

Tour de France™

GRAND DÉPART
LILLE-NORD DE FRANCE
2025

Lille-Nord de France

vous donne rendez-vous

du 5 au 8 juillet 2025

1re étape
Lille Métropole › Lille Métropole
5 juillet 2025

2e étape
Lauwin-Planque › Boulogne-sur-Mer
6 juillet 2025

3e étape
Valenciennes › Dunkerque
7 juillet 2025

4e étape
Amiens Métropole › ...
8 juillet 2025

Région Hauts-de-France

Nord le Département est là

MEL MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE

ville de Lille