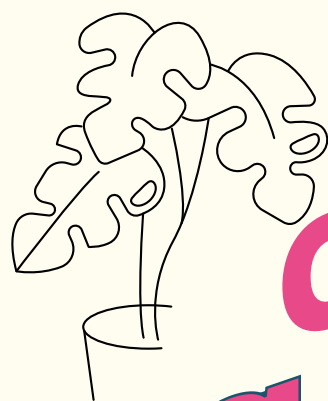




CATALOGUE
DES FORMATIONS
EN COMMUNICATION PUBLIQUE



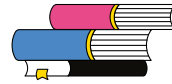
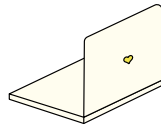
CAP'COM CAMPUS 2025

Formez-vous où
que vous soyez !

P.16
INFOGRAPHIE
DÉTACHABLE
Les compétences
des communicants
publics



SOMMAIRE



P. 4

(In)formez-vous : se former, s'informer, échanger, contribuer

P. 5

La qualité des formations Cap'Com certifiée

P. 15

Cap'Com Campus : plus de formats pour se former où et quand on veut

P. 16

Infographie détachable : les compétences des communicants publics

P. 18

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

P. 29

Des tarifs solidaires et facilités

P. 30

Les formateurs du réseau Cap'Com

LES FORMATIONS PROFESSIONNELLES

La communication responsable et accessible

Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable
Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions

Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

NOUVEAU Rédiger sa charte de sobriété éditoriale

NOUVEAU Mettre en œuvre une démarche numérique responsable

Donner de la perspective à sa communication

NOUVEAU Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle

Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale

Dynamiser la communication de son institution – nourrir ses projets pour renforcer son positionnement

NOUVEAU Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance

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

Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

NOUVEAU Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter ses projets

La communication commence par la communication interne

Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne

Évaluer sa communication interne

Concevoir et améliorer son journal interne

Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne

Améliorer l'organisation éditoriale de l'information

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

Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent

Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication

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

Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat

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

Dynamiser la maquette de son journal territorial

Maîtriser le cadre juridique de la communication publique

Les bases juridiques de la communication publique

Propriété intellectuelle et droit à l'image

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

6	Maîtriser les usages du numérique	20
6	NOUVEAUTÉS IA	
6	- Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle	20
6	- Appuyer son activité éditoriale sur l'intelligence artificielle	20
7	NOUVEAU Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	20
7	NOUVEAU Mener un projet de création ou de refonte d'un site web éco-conçu	21
8	Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus	21
8	Concevoir et améliorer sa newsletter	21
8	Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn	22
9	NOUVEAU Adapter sa stratégie éditoriale sur TikTok	22
9	Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux	22
9	Maîtriser le community management et la conversation multicanale	23
10	Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation	23
10	Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects	23
10	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	24
11	NOUVEAU Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion	24
11	NOUVEAU S'initier au montage professionnel avec Da Vinci Resolve	24
11	NOUVEAU Développer sa stratégie éditoriale sur Meta	24
12	Professionnaliser ses pratiques et maîtriser les outils	25
12	Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible	25
12	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	25
12	Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider	25
13	Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	26
13	Développer sa créativité photographique pour sa communication	26
13	Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité	26
13	Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité	27
14	Réussir le protocole territorial	27
14	Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU sur la communication, les équipes et les usagers	27
19	Mettre en place une démarche de marketing territorial	27
19	Développer ses compétences individuelles	28
19	Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	28
19	NOUVEAU Utiliser l'intelligence collective pour co-construire un nouveau projet	28
19	NOUVEAU Utiliser l'intelligence collective avec des temps collaboratifs à distance pour co-construire un nouveau projet	28

LES COMMUNICANTS PUBLICS CHAMPIONS DE LA FORMATION



**ANDRÉANE
LECARPENTIER**
DIRECTRICE
ADJOINTE

En tant que communicants publics, vous êtes des experts en techniques de communication. Vous ajoutez à votre corps de compétences un regard sur les territoires, une écoute de la société et une responsabilité dans l'exercice de vos missions. C'est ce qu'illustre l'infographie que nous vous offrons en cahier central.

Autre particularité : vous vous formez tout au long de votre carrière. En plus d'une solide formation initiale, vous actualisez chaque année vos connaissances : numériques, stratégiques, juridiques, éditoriales... C'est pour répondre à cette demande que Cap'Com multiplie les formats : courts, en ligne, en petits groupes ou lors de grands événements.

Alors avant de choisir vos formations pour 2025, réalisez l'autodiagnostic de vos compétences. On se retrouve vite !



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

40 
FORMATEURS
SPÉCIALISTES DE LA COMMUNICATION
ET DU SECTEUR PUBLIC

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

25 000 
COMMUNICANTS DES
COLLECTIVITÉS ET
ORGANISMES PUBLICS ET
LEURS PARTENAIRES

2 500 
**PERSONNES
FORMÉES
CHAQUE ANNÉE**

**CAP'
COM**

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

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



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

Numéro de déclaration d'activité de formation professionnelle : 82690834469

Cap'Com est certifié Qualiopi (catégorie actions de formation) et ses formations sont éligibles aux fonds mutualisés (gérés par les Opco).

Conception et coordination de la formation : Cap'Com • Création et mise en page :

Agence Giboulées • Impression : Pure Impression, imprimerie certifiée ISO9001, 14004 et 12647, détentrice des labels Imprim'vert, Print Environnement et Imprim Luxe sur papier offset dont l'origine des fibres utilisées est connue et issues de forêts gérées responsablement, sur imprimante HRUV. www.pure-impression.fr • Tirage : 8 500 exemplaires • Octobre 2024



(IN)FORMEZ VOUS!

LA FORMATION INTRA : UNE RÉPONSE SUR-MESURE

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

POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET DE FORMATION

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

INTRA@CAP-COM.ORG

TÉL. 04 72 65 18 28



DES CAS CONCRETS DE VOTRE QUOTIDIEN

Vous élaborez collectivement les outils méthodologiques qui vous seront utiles.

UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE

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

UNE ANIMATION PÉDAGOGIQUE PERTINENTE

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



SUIVEZ L'ACTUALITÉ DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

S'INFORMER

TOUTES LES RESSOURCES SUR WWW.CAP-COM.ORG

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

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

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

ÉCHANGER

- ★ Les listes de discussion
- ★ Les réseaux sociaux LinkedIn, X, Facebook

CONTRIBUER

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

LA QUALITÉ DES FORMATIONS CAP'COM CERTIFIÉE



LA CERTIFICATION QUALIOPi

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

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

L'ÉVALUATION POUR L'AMÉLIORATION

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

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

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

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



LA COMMUNICATION RESPONSABLE ET ACCESSIBLE

fp_109

Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable

OBJECTIFS

- _ Comprendre les enjeux événementiels en termes de développement durable et de responsabilité sociale
- _ Connaître les référentiels de normes et de recommandations sur lesquels s'appuyer
- _ Savoir utiliser les outils et méthodes dès la conception et jusqu'à la mise en œuvre d'un événementiel public
- _ Être en capacité d'éco-socio-concevoir ses actions de communication

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE ÉLODIE HÉRISSON

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 📡 5, 6 ET 7 FÉV. EN LIGNE
- 📡 8, 9 ET 10 SEPT. EN LIGNE
- 📡 25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_059/fp_085

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

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 8 ET 9 AVR. PARIS
- 📡 11, 12 ET 13 JUIN EN LIGNE
- 22 ET 23 SEPT. LYON

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_062/fp_098

Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 1 JOUR / 7H

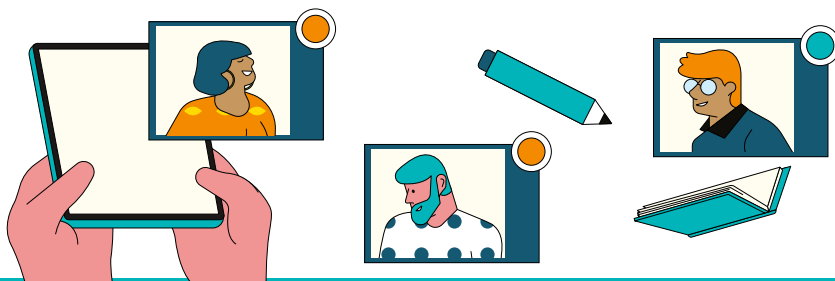
TARIFS

- 📡 13 ET 14 FÉV. EN LIGNE
- 20 JUIN LYON
- 📡 25 ET 26 SEPT. EN LIGNE
- 28 NOV. PARIS

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION



fp_043/fp_131

NOUVEAU

Rédiger sa charte de sobriété éditoriale

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Des chiffres pour prendre conscience
- _ Comprendre la sobriété éditoriale
- _ Agir
- _ Qu'est-ce qu'une charte de sobriété éditoriale ?
- _ Cas pratiques

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATE : 1 JOUR / 7H

TARIFS

7 FÉV. LYON

T1..... 515 € HT

27 ET 28 MARS EN LIGNE

T2..... 685 € HT

16 ET 17 OCT. EN LIGNE

T3..... 860 € HT

27 NOV. PARIS

T4..... 915 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_126

NOUVEAU

Mettre en œuvre une démarche numérique responsable

OBJECTIFS

- _ Comprendre les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux du numérique
- _ Connaître les référentiels de normes sur lesquels s'appuyer dans le cadre de la création ou de la refonte d'un site web (cadrage, conception UX/UI, développements techniques, formation...)
- _ Identifier et argumenter les actions à mettre en œuvre pour réduire l'impact environnemental du numérique
- _ Évaluer certains critères d'accessibilité et d'éco-conception sur un site web

PROGRAMME

- _ Coûts environnementaux du numérique
- _ Coûts sociaux et éthique du numérique
- _ Concevoir des services numériques responsables
- _ Pratiques numériques plus responsables dans son entreprise

FORMATRICE JADE VINCENT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

24, 25 ET 26 MARS EN LIGNE

T1..... 820 € HT

23, 24 ET 25 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

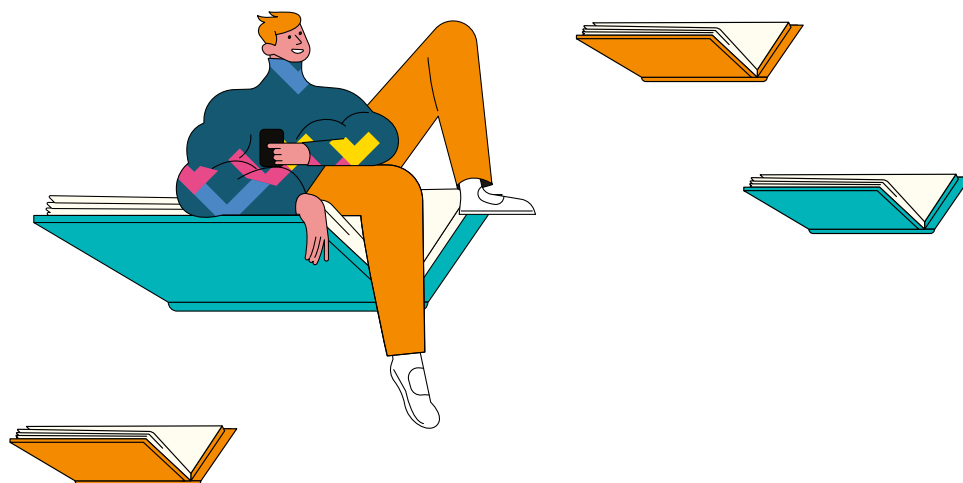
8, 9 ET 10 OCT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION





DONNER DE LA PERSPECTIVE À LA COMMUNICATION

fp_030/fp_129

NOUVEAU

Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle

OBJECTIFS

- _ Apprendre à analyser, définir et présenter son territoire
- _ Mener une stratégie territoriale ancrée, en lien avec ce qu'est le territoire et ses acteurs, et véritablement discriminante
- _ Élargir son champ de compétences
- _ Enrichir ses ressources théoriques

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ De l'ingénierie du consentement à l'ingénierie des datas, en passant par le marketing au service des territoires
- _ L'apport des principes du marketing à la communication publique
- _ Révéler son territoire
- _ Aller plus loin

FORMATEUR MARC THÉBAULT

DATES : 1 JOUR / 7H

- 📍 25 ET 26 MARS EN LIGNE
- 📍 2 ET 3 JUIN EN LIGNE
- 2 OCT. PARIS

TARIFS

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

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_050/fp_091

Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale

OBJECTIFS

- _ Connaître le cadre légal de la démocratie participative
- _ Comprendre les objectifs, le sens et acquérir des outils de la participation citoyenne
- _ Associer une démarche de communication associée à une démarche de participation citoyenne
- _ Coordonner et animer le projet global

PRÉREQUIS

Être désireuse ou désireux d'animer une communication publique participative ou de relier participation et communication

PROGRAMME

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

FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H

- 📍 9, 10 ET 11 AVR. EN LIGNE
- 📍 16 ET 17 JUIN LYON
- 📍 8, 9 ET 10 SEPT. EN LIGNE
- 4 ET 5 NOV. PARIS

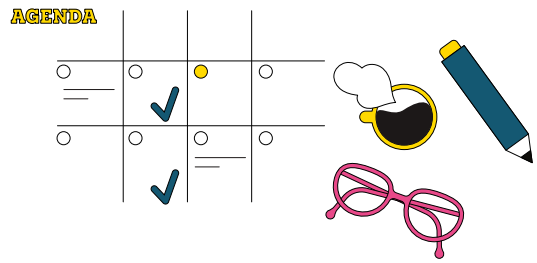
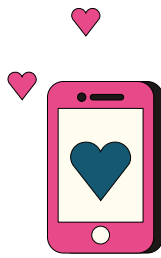
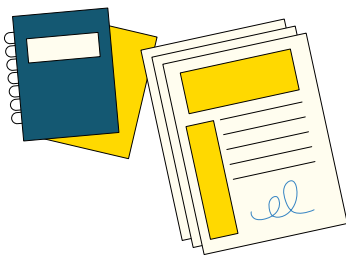
TARIFS

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

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION





fp_004/fp_124

Dynamiser la communication de son institution – nourrir ses projets pour renforcer son positionnement

OBJECTIFS

- _ Prendre du recul et analyser ses pratiques en matière de conception et de conduite de projets en communication
- _ Confronter ses pratiques à celles de ses pairs de façon constructive
- _ Acquérir et mettre en œuvre une méthodologie de projet rigoureuse en communication
- _ Consolider une véritable réflexion stratégique en communication publique et faire émerger des recommandations robustes
- _ Savoir animer cette réflexion en lien avec les décideurs, commanditaires et prestataires

PRÉREQUIS

S'intéresser à la communication publique et ses enjeux en matière de positionnement institutionnel et de service rendu aux usagers

Ressentir le besoin d'améliorer sa pratique en conception et conduite de projet de communication

Être impliquée ou impliqué dans des activités de communication envisagées comme facteur de réussite pour toute conduite de changement

PROGRAMME

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

FORMATEUR FABIEN BONNET

DATES : 3 JOURS / 21H

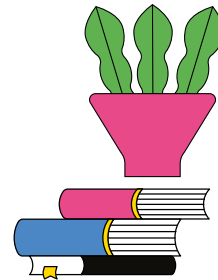
TARIFS

📅 12, 13, 14 ET 15 MAI EN LIGNE
1^{ER}, 2 ET 3 OCT. PARIS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

3 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_088

NOUVEAU

Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance

OBJECTIFS

- _ Positionner la communication comme une fonction stratégique : objectivée, évaluée, coordonnée, responsable et au service du projet de la collectivité
- _ Acquérir une culture de l'évaluation et appréhender ses techniques de base
- _ Évaluer pour piloter l'allocation de ses moyens (temps passé et budget)
- _ Valoriser la fonction communication auprès de ses parties prenantes
- _ Initier une dynamique de pilotage et de valorisation de la performance de la communication

PRÉREQUIS

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

Se positionner dans une démarche d'évaluation et de performance de sa communication

PROGRAMME

- _ Objectifs de la collectivité/l'institution et objectifs de communication
- _ L'évaluation de la communication : les fondamentaux
- _ Construire la feuille de route d'une nouvelle dynamique de communication

FORMATEUR PIERRE CHAVONNET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

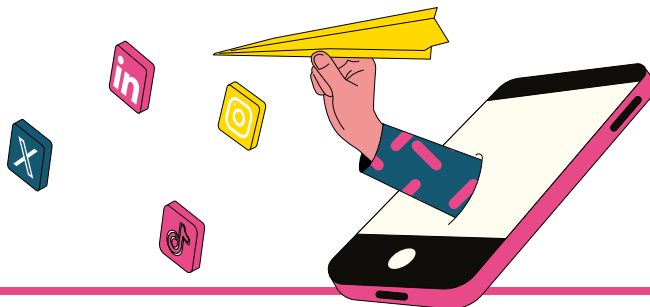
📅 30 ET 31 JANV. + 14 FÉV. EN LIGNE
📅 23 ET 24 SEPT. + 8 OCT. EN LIGNE
📅 25 ET 26 NOV. + 9 DÉC. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

DONNER DE LA PERSPECTIVE À LA COMMUNICATION



fp_001/fp_089

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

OBJECTIFS

- _ Comprendre le fonctionnement des collectivités locales au regard de la communication
- _ Appréhender les enjeux de la communication publique
- _ Définir une méthodologie de travail, avec les collectivités locales ou en leur sein, en tant qu'élu ou en tant qu'agent
- _ S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales

PROGRAMME

- _ Organisation et fonctionnement
- _ La communication des collectivités locales
- _ Les achats de prestation
- _ Travailler dans ou avec les collectivités locales

FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 📡 13, 14 ET 15 JANV. EN LIGNE
- 📡 7, 8 ET 9 AVR. EN LIGNE
- 2 ET 3 JUIN PARIS
- 📡 13, 14 ET 15 OCT. EN LIGNE

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_002/fp_092

Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

Avoir un plan de communication à réaliser et à partager

PROGRAMME

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

FORMATRICE ANNE BLANCHARD

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 📡 10, 11 ET 12 MARS EN LIGNE
- 📡 5, 6 ET 7 MAI EN LIGNE
- 15 ET 16 SEPT. PARIS
- 📡 24, 25 ET 26 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_090/fp_123

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

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _ Développer une communication créative et pertinente grâce aux ressources de la narration
- _ Identifier les codes des nouveaux récits et du storytelling et utiliser les références pertinentes selon ses publics
- _ Comprendre l'utilité de la narration dans la communication : à quoi sert (vs ne sert pas) un récit ?
- _ Concevoir sa propre narration pour accompagner ses actions de communication
- _ Apprendre à analyser, définir et raconter son territoire
- _ Anticiper les effets du récit, les traces qu'il laisse dans le public

PROGRAMME

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

FORMATRICE SYLVIE BOUTAUDOU

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 📡 10, 11 ET 12 MARS EN LIGNE
- 11 ET 12 JUIN LYON
- 📡 24, 25 ET 26 SEPT. EN LIGNE
- 6 ET 7 NOV. PARIS

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

PRÉREQUIS

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



LA COMMUNICATION COMMENCE PAR LA COMMUNICATION INTERNE

fp_017/fp_093

Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne

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

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

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 22, 23 ET 24 JANV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 10 ET 11 JUIN PARIS

T2..... 1 115 € HT

📅 17, 18 ET 19 SEPT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

📅 3, 4 ET 5 DÉC. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

fp_018/fp_095

Concevoir et améliorer son journal interne

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

PRÉREQUIS

Avoir le projet de lancer ou d'améliorer son journal interne

- PROGRAMME**
- _ L'évaluation, pourquoi et comment ?
 - _ Échelonner les étapes de la réalisation d'un journal interne
 - _ La place du journal interne dans l'organisation

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 1 JOURS / 7H

TARIFS

📅 10 FÉV. PARIS

T1..... 515 € HT

📅 27 ET 28 MARS EN LIGNE

T2..... 685 € HT

📅 13 ET 14 OCT. EN LIGNE

T3..... 860 € HT

📅 3 ET 4 NOV. EN LIGNE

T4..... 915 € HT

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE
FORMATION**

fp_049/fp_094

Évaluer sa communication interne

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

PRÉREQUIS

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

- PROGRAMME**
- _ L'évaluation, pourquoi et comment ?
 - _ Les objectifs
 - _ Les principales techniques et outils d'évaluation
 - _ Les conseils sur la mise en place et pour la réussite de l'évaluation
 - _ Exemples et cas pratiques

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 15, 16 ET 17 JANV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 25, 26 ET 27 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 25 ET 26 SEPT. PARIS

T3..... 1 470 € HT

📅 26, 27 ET 28 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

fp_078

Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne

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

PRÉREQUIS

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

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

FORMATEUR FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 29, 30 ET 31 JANV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 4, 5 ET 6 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 3, 4 ET 5 DÉC. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**



AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION

fp_025/fp_074

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

OBJECTIFS

- _ Établir des objectifs de production et de diffusion des contenus
- _ Créer un planning éditorial intégrant print, web et réseaux sociaux
- _ Choisir les formats éditoriaux pertinents
- _ Établir un écosystème éditorial cohérent, souple et évolutif

PROGRAMME

- _ Les synergies web / papier
- _ Gérer le bi-média
- _ Les spécificités du web
- _ S'organiser en information plurimédia
- _ Réseaux sociaux
- _ Cas pratiques : créer le planning éditorial d'un événement plurimédia

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 17, 18 ET 19 MARS EN LIGNE
- 16, 17 ET 18 JUIN EN LIGNE
- 2 ET 3 OCT. PARIS
- 3, 4 ET 5 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_065/fp_096

Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation « Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ? » ou le MOOC « La compublique sur le web et les réseaux sociaux »

Bénéficier d'une autonomie de communication – et donc d'une réactivité – sur les réseaux sociaux vis-à-vis de la gouvernance de son institution

PROGRAMME

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

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

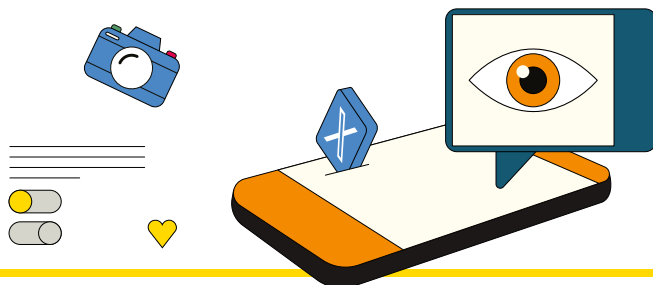
- 27 ET 28 JANV. EN LIGNE
- 31 MARS ET 1^{ER} AVR. EN LIGNE
- 16 ET 17 OCT. EN LIGNE
- 12 NOV. PARIS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE
FORMATION





fp_012/fp_113

Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE CÉCILE STAROZ

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

23 JANV. PARIS

19 ET 20 JUIN EN LIGNE

25 ET 26 SEPT. EN LIGNE

27 ET 28 NOV. EN LIGNE

T1..... 515 € HT

T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_020/fp_116

NOUVEAU

Repenser la place du journal dans son écosystème d'information

OBJECTIFS

- _ Faire évoluer son journal municipal en fonction des nouvelles habitudes de lecture, des nouveaux rythmes d'information et des nouvelles contraintes de distribution
- _ Organiser son système d'information en fonction de ses supports et de ses moyens humains et budgétaires
- _ Construire une identité éditoriale de proximité cross media

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Le journal, outil-phare de l'information des collectivités
- _ Fin du toutes-boîtes : quelle visibilité pour son journal ?
- _ Gestion et planification budgétaire
- _ Concevoir le journal de sa collectivité à l'heure du numérique
- _ Définir l'ADN de son traitement print de l'information locale
- _ Cas pratiques

FORMATRICE CAROLE BRUGGER

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

21 JANV. LYON

15 ET 16 MAI EN LIGNE

2 ET 3 OCT. EN LIGNE

11 DÉC. PARIS

T1..... 515 € HT

T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_057/fp_112

Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

Avoir pour mission la réalisation de publications internes ou externes

PROGRAMME

- _ Pourquoi évaluer et mesurer ?
- _ Inscrire l'évaluation dans une stratégie globale
- _ Les techniques d'évaluation
- _ Cas pratiques : nombreux exemples et mises en situation

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

5, 6 ET 7 MAI EN LIGNE

2, 3 ET 4 JUIL. EN LIGNE

28 ET 29 OCT. PARIS

10, 11 ET 12 DÉC. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

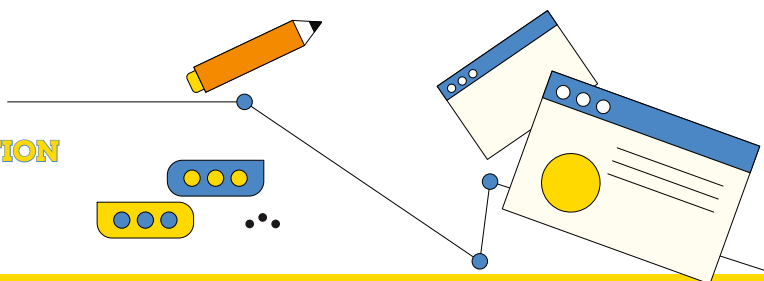
T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION



fp_021/fp_118

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

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

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

PROGRAMME

- _ Maîtriser les techniques de rédaction journalistique et les appliquer à sa communication écrite
- _ Rédiger pour être lu
- _ Connaître les principes de l'écriture informative
- _ Rechercher un angle
- _ Définir le message essentiel
- _ Rédiger une brève
- _ Construire et écrire un article
- _ Habiller un article
- _ Distinguer les différents genres journalistiques

FORMATEUR ALAIN VERPILLAT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 3, 4 ET 5 FÉV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 26, 27 ET 28 MAI EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 23, 24 ET 25 JUIN EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

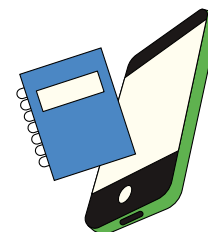
📅 29, 30 SEPT. ET 1^{ER} OCT. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

1^{ER} ET 2 DÉC., PARIS

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**



fp_100

NOUVEAU

Dynamiser la maquette de son journal territorial

OBJECTIFS

- _ Revisiter les fondamentaux de mise en page
- _ Diagnostiquer les axes d'amélioration de sa maquette
- _ Identifier et affirmer la singularité de son projet éditorial
- _ Améliorer la lisibilité de sa publication
- _ Développer l'attractivité visuelle de son journal ou de son magazine
- _ Optimiser le rapport texte-image de sa maquette

PRÉREQUIS

Avoir repéré les points d'amélioration à réaliser sur sa publication
Avoir des connaissances sur les variables de mise en forme du texte (choix typographiques, justification, niveaux de lecture, ...) et du visuel (choix techniques, choix iconographiques, cadrage, couleurs et lumières...)

PROGRAMME

- _ Identifier les singularités de son territoire pour développer la ligne éditoriale de son journal
- _ Savoir démarquer sa une de journal
- _ Rendre les pages intérieures attractives et en cohérence avec la ligne éditoriale

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 5, 6 ET 7 FÉV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 7, 8 ET 9 OCT. EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

BIENVENUE AU CAMPUS CAP'COM

SCANNEZ
ICI

Le campus Cap'Com, c'est ce lieu en ébullition où s'acquièrent connaissances et compétences, où se croisent tous les profils experts et en devenir, où se partagent les apprentissages, les découvertes et les amitiés.

Rendez-vous sur le campus Cap'Com et choisissez de vous former où et quand vous voulez.

FILTREZ VOS PROGRAMMES DE FORMATION

- ★ Par format : en ligne, en présentiel, en événementiel
- ★ Par thématique
- ★ Par mois de la formation

COMPLÉTEZ VOTRE DEMANDE EN LIGNE

Et recevez par mail votre devis et votre convention de formation.
Votre inscription est validée après signature de vos documents.



MIXEZ

Cap'Com propose un calendrier de 200 sessions en ligne ou en présentiel, en petits groupes ou au format événement. Car c'est là, en réseau, que naissent les idées créatives et collectives : entre échanges approfondis ou spontanés, discussions de couloir ou de coin de table.



Anatomie d'une profession

Les compétences des communicants publics

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

Posez votre diagnostic !

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

Et vous, où en êtes-vous ?

- fonctions vitales
- fonctions spécialisées

Système nerveux d'information de la vie locale

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



Fonction circulatoire de l'action publique d'utilité sociétale

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

Appendice de la créativité souvent amputé et pourtant essentiel

Cortex de conseil des parties prenantes

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



Ganglion affectif
réactif aux épisodes d'injonctions
contradictoires

Membres dédiés à la promotion du territoire et de son institution

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

Aire kinésiologique de la relation aux autres

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



Organes de conduite des projets de communication

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

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



FORMEZ-VOUS EN RÉSEAU!

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



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.

1000 PARTICIPANTS
3 JOURS

POUR SE FORMER SUR LES ENJEUX DE COMPublique DU MOMENT

LES RENCONTRES NATIONALES

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

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

Vos prochaines Rencontres thématiques

- ★ #markterr • **hiver 2025**
- ★ #cominterne • **printemps 2025**
- ★ #RP • **printemps 2025**
- ★ #comnumérique • **automne 2025**



PROCHAINES SESSIONS

10 • 11 • 12
DÉCEMBRE 2024
36^e ÉDITION
LILLE

18 • 19 • 20
NOVEMBRE 2025
37^e ÉDITION

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

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



MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

fp_013 / fp_127

Les bases juridiques de la communication publique

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE ROLANDE PLACIDI

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

📅 13 ET 14 MARS EN LIGNE

T1..... 515 € HT

📅 12 ET 13 JUIN EN LIGNE

T2..... 685 € HT

📅 8 ET 9 SEPT. EN LIGNE

T3..... 860 € HT

14 NOV. PARIS

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_015 / fp_023

Propriété intellectuelle et droit à l'image

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATEUR ARNAUD PÉLISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

📅 10, 11 ET 12 FÉV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 2 ET 3 JUIN LYON

T2..... 1115 € HT

📅 10, 11 ET 12 SEPT. EN LIGNE

T3..... 1470 € HT

24 ET 25 NOV. PARIS

T4..... 1575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_016 / fp_097

Communication institutionnelle : déjouer les pièges en période pré-électorale

NOUVEAU

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

- _ Propos introductifs
- _ Les procédés de communication : principes et interdictions en période pré-électorale
- _ Limitations et interdictions à l'approche du scrutin
- _ Contentieux électoral
- _ Atelier pratique : analyse d'un document

FORMATRICE MEGGANE BONATO

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

📅 30 ET 31 JANV. EN LIGNE

T1..... 515 € HT

📅 10 ET 11 AVR. EN LIGNE

T2..... 685 € HT

2 JUIN PARIS

T3..... 860 € HT

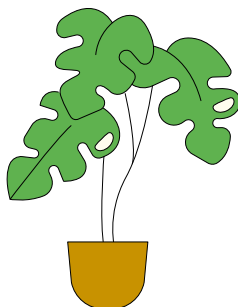
19 SEPT. LYON

T4..... 915 € HT

📅 6 ET 7 NOV. EN LIGNE

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION





MAÎTRISER LES USAGES NUMÉRIQUES

NOUVEAUTÉS IA

fp_032/fp_133

Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle

OBJECTIFS

- _ Appréhender le fonctionnement de l'IA
- _ Savoir « communiquer » correctement avec les différents outils
- _ Utiliser l'IA en comprenant ses avantages, ses limites et ses mauvais usages

PRÉREQUIS

Utiliser le navigateur Chrome de préférence et être à l'aise avec les fonctionnalités de son navigateur
Avoir déjà manipulé un outil de retouche de photo (option bénéfique)
Disposer d'un ordinateur individuel pour s'exercer dessus et avoir les droits pour un accès aux plug-ins dans le navigateur
Disposer d'un compte gratuit OpenAI pour ChatGPT

PROGRAMME

- _ Comprendre le fonctionnement de l'IA
- _ Utiliser ces outils dans sa pratique quotidienne de communicant
- _ Cas pratiques avec les outils d'IA

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

- 📅 6 ET 7 FÉV. EN LIGNE
- 13 JUIN LYON
- 📅 29 ET 30 SEPT. EN LIGNE
- 13 OCT. PARIS
- 📅 9 ET 10 DÉC. EN LIGNE

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

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_036/fp_134

Appuyer son activité éditoriale sur l'intelligence artificielle

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

Avoir « une pratique régulière » des outils d'IA : avoir déjà rédigé des prompts dans un cadre professionnel
S'appuyer sur une stratégie éditoriale existante
Avoir identifié des axes d'amélioration de sa stratégie éditoriale : développement de nouveaux médias, gestion plurimédia, perfectionnement de ses écrits
Avoir suivi la formation « Comprendre et intégrer les outils d'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle » (option bénéfique)

PROGRAMME

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

FORMATRICE AURORE POUILLARD-RÉMY

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 📅 10, 11 ET 12 FÉV. EN LIGNE
- 📅 19, 20 ET 21 MAI EN LIGNE
- 📅 13, 14 ET 15 OCT. EN LIGNE
- 8 ET 9 DÉC. PARIS

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

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_063/fp_125

Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio

OBJECTIFS

- _ Comprendre l'impact du média audio/radio
- _ Définir un projet audio/radio pertinent adapté à son institution
- _ Éditorialiser ses contenus audio dans sa communication institutionnelle
- _ Savoir produire - ou faire produire - et diffuser des contenus audio
- _ Comprendre concrètement comment fonctionne le podcast audio

PRÉREQUIS

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

NOUVEAU

PROGRAMME

- _ Identifier les atouts spécifiques des contenus audio
- _ Intégrer des contenus audio dans sa communication institutionnelle
- _ Produire et diffuser des contenus audio

FORMATRICE MÉLANIE ANTOINE

DATES : 1 JOUR / 7H

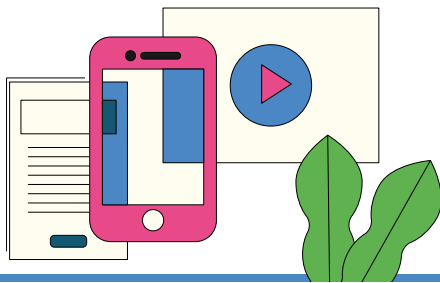
TARIFS

- 📅 27 ET 28 MARS EN LIGNE
- 📅 12 ET 13 MAI EN LIGNE
- 13 JUIN PARIS
- 📅 9 ET 10 OCT. EN LIGNE
- 28 NOV. LYON

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

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION



fp_027/fp_103

NOUVEAU

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

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATEUR SÉBASTIEN RUFER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

11 ET 12 FÉV. PARIS

T1..... 820 € HT

16, 17 ET 18 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

16 ET 17 SEPT. LYON

T3..... 1 470 € HT

12, 13 ET 14 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_031/fp_075

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

OBJECTIFS

- _ Écrire mieux, plus facilement et plus efficacement sur le web
- _ Publier un contenu centré utilisateur
- _ Bien s'organiser pour piloter ses contenus
- _ S'initier à la sobriété éditoriale et aux contenus responsables

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Écrire un article vite et bien
- _ Vérifier l'efficacité de son texte
- _ Affirmer sa ligne éditoriale
- _ Écrire pour être vu : référencement naturel
- _ Écrire pour être responsable
- _ Écrire pour être accessible
- _ S'approprier les principes clés de la sobriété éditoriale
- _ Piloter ses contenus

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

21, 22, 23 ET 24 JANV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

26 ET 27 JUIN PARIS

T2..... 1 115 € HT

30 SEPT., 1^{ER}, 2 ET 3 OCT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

6 ET 7 NOV. LYON

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_026/fp_101

Concevoir et améliorer sa newsletter

OBJECTIFS

- _ Clarifier la pertinence de sa newsletter dans son dispositif d'information
- _ Savoir définir son projet éditorial
- _ Organiser et animer son équipe rédactionnelle
- _ Évaluer la performance de sa newsletter

PROGRAMME

- _ Une newsletter, pour quoi faire ?
- _ Définir son projet éditorial
- _ À qui et quand diffuser ?
- _ Organiser son comité de rédaction
- _ Évaluer sa newsletter

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

16 ET 17 JANV. EN LIGNE

T1..... 515 € HT

24 ET 25 MARS EN LIGNE

T2..... 685 € HT

9 ET 10 OCT. EN LIGNE

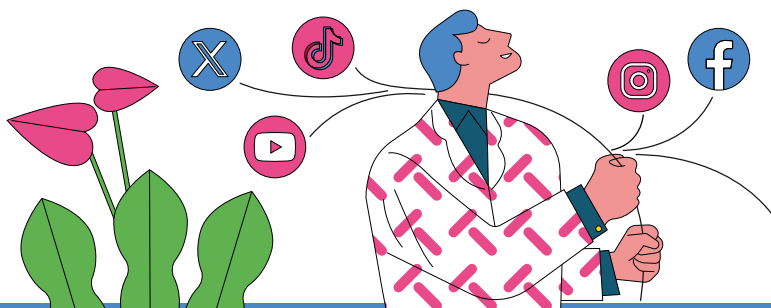
T3..... 860 € HT

13 NOV. PARIS

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION



fp_061/fp_087

Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Découvrir l'écosystème LinkedIn
- _ Utiliser LinkedIn
- _ Animer une page de marque
- _ Évaluer sa communication sur LinkedIn
- _ Mettre en place un plan de communication institutionnelle avec LinkedIn
- _ Cas pratiques, exercices de posts, audit de pages

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

23 JANV. PARIS
17 ET 18 MARS EN LIGNE
27 ET 28 MAI EN LIGNE
9 ET 10 OCT. EN LIGNE
5 DÉC. LYON

TARIFS

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE
FORMATION**

fp_033/fp_114

NOUVEAU

Adapter sa stratégie éditoriale sur TikTok

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Découvrir l'écosystème TikTok
- _ Utiliser TikTok pour les collectivités
- _ Créer des contenus engageants sur TikTok
- _ Analyser et évaluer sa communication sur TikTok
- _ Mettre en place un plan de communication sur TikTok
- _ Exemples et cas pratiques

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

31 JANV. LYON
3 ET 4 AVR. EN LIGNE
2 ET 3 OCT. EN LIGNE
28 NOV. PARIS

TARIFS

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE
FORMATION**

fp_028/fp_076

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

OBJECTIFS

- _ Mettre en place une stratégie digitale et les documents de cadrage nécessaires
- _ Savoir rédiger pour le web : site web et principaux réseaux sociaux
- _ Définir son écosystème digital pertinent
- _ Évaluer sa présence et mesurer sa performance

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ La (r)évolution du web 2.0
- _ Ce que révèle la crise Covid-19 : passer d'une stratégie d'échecs à celle du jeu de go
- _ Construire sa stratégie sur les réseaux sociaux
- _ Les conséquences de la mise en place d'un dispositif 2.0 sur l'interne
- _ Panorama et fonctionnement des outils du web social
- _ Ateliers pratiques

FORMATEUR THIBAUD LEMIRE OU FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H

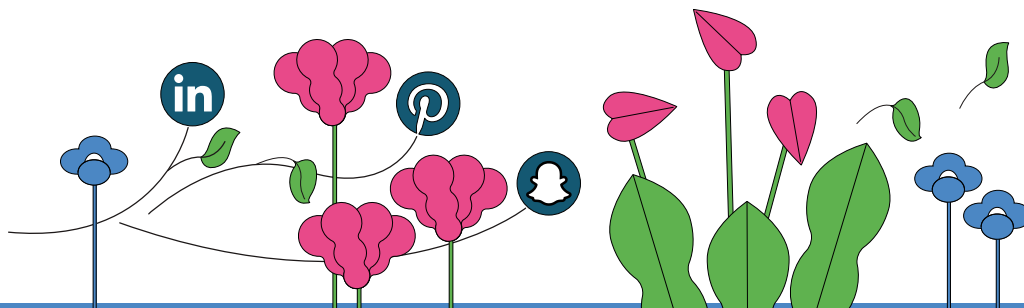
27 ET 28 JANV. PARIS
19, 20 ET 21 MARS EN LIGNE
21, 22 ET 23 MAI EN LIGNE
5, 6 ET 7 NOV. EN LIGNE

TARIFS

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**



fp_029/fp_079

Maîtriser le community management et la conversation multicanale

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

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

FORMATEUR THIBAUD LEMIRE OU FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)
📡 2, 3 ET 4 AVR. EN LIGNE	T1..... 820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
📡 18, 19 ET 20 JUIN EN LIGNE	T2..... 1 115 € HT	
📡 13 ET 14 OCT. PARIS	T3..... 1 470 € HT	
📡 12, 13 ET 14 NOV. EN LIGNE	T4..... 1 575 € HT	

fp_024/fp_122

NOUVEAU

Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

Avoir un niveau débutant à confirmé sur Illustrator

PROGRAMME

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

FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET GUILLAUME DUCHAYNE

DATES : 3 JOURS / 21H	TARIFS	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)
📡 11, 12, 13 ET 14 MARS EN LIGNE	T1..... 1 135 € HT	3 CRÉDITS DE FORMATION
📡 10, 11, 12 ET 13 JUIN EN LIGNE	T2..... 1 575 € HT	
📡 8, 9 ET 10 OCT. PARIS	T3..... 1 985 € HT	
📡 8, 9, 10 ET 11 DÉC. EN LIGNE	T4..... 2 205 € HT	

fp_034/fp_104

Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

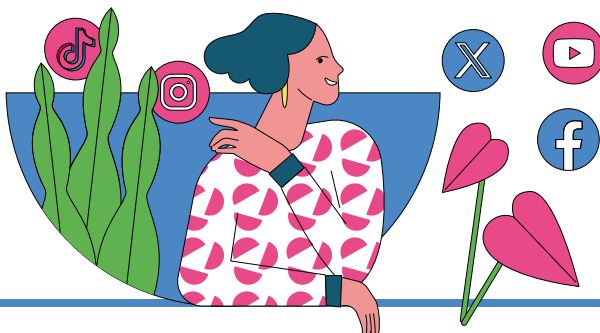
Avoir un niveau débutant à confirmé sous Illustrator et Photoshop
Avoir un niveau débutant sous After Effects

PROGRAMME

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

FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET RICHARD MAHOUEAUX

DATES : 3 JOURS / 21H	TARIFS	CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)
📡 27, 28, 29 ET 30 JANV. EN LIGNE	T1..... 1 135 € HT	3 CRÉDITS DE FORMATION
📡 25, 26, 27 ET 28 MARS EN LIGNE	T2..... 1 575 € HT	
📡 13, 14, 15 ET 16 OCT. EN LIGNE	T3..... 1 985 € HT	
📡 3, 4 ET 5 DÉC. PARIS	T4..... 2 205 € HT	



fp_054/fp_077

Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone

OBJECTIFS

- _Maîtriser les règles de la composition des images
- _Connaître les principes, contraintes et limites de la captation audiovisuelle sur smartphone
- _Savoir réaliser des interviews et micro trottoirs et filmer des plans d'illustration
- _Pouvoir produire un montage simple d'une interview avec des plans d'illustration

PROGRAMME

- _Régler son smartphone
- _Maîtriser la prise de vue
- _Pratiquer le storytelling
- _Optimiser et exploiter les productions

FORMATEUR LAURENT CLAUSE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

30 ET 31 JANV. PARIS
19, 20 ET 21 MARS EN LIGNE
9 ET 10 OCT. LYON
5, 6 ET 7 NOV. EN LIGNE

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

fp_044/fp_132

NOUVEAU

Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion

OBJECTIFS

- _Maîtriser les codes narratifs des réseaux sociaux
- _Améliorer les tournages avec une application caméra professionnelle
- _Monter des pastilles vidéo dynamiques en profitant des fonctions avancées des outils de montage
- _Découvrir l'intérêt de l'IA pour la vidéo

PROGRAMME

- _Analyser ses contenus
- _Filmer avec une application caméra professionnelle
- _Aller plus loin dans le montage
- _Profiter de l'IA pour la vidéo

FORMATEUR LAURENT CLAUSE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

15 ET 16 MAI EN LIGNE
17 OCT. PARIS

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE
FORMATION**

fp_038/fp_119

NOUVEAU

S'initier au montage professionnel avec Da Vinci Resolve

OBJECTIFS

- _ Comprendre la philosophie d'un logiciel de montage professionnel
- _ Savoir utiliser des fonctions et outils avancés pour l'audio et la vidéo
- _ Pouvoir produire des films des formats courts pour le Web et les réseaux sociaux

PROGRAMME

- _Préparer son montage
- _Commencer un projet
- _Créer un montage simple
- _Finaliser le montage

FORMATEUR LAURENT CLAUSE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

24 JANV. PARIS
4 ET 5 DÉC. EN LIGNE

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE
FORMATION**

fp_007/fp_121

NOUVEAU

Développer sa stratégie éditoriale sur Meta

OBJECTIFS

- _Positionner Instagram et Facebook au sein du panorama social media
- _Créer, utiliser et optimiser des pages professionnelles sur Instagram et Facebook
- _Mettre en place un plan de communication institutionnelle sur Meta
- _Évaluer les performances de sa communication sur Meta

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _Instagram : chiffres clés, enjeux, utilisation, formats, mesure de la performance
- _Se familiariser avec Meta et ses fonctionnalités communes à Facebook et Instagram
- _Facebook : chiffres clés, utilisation, fonctionnement, bonnes pratiques, mesure de la performance
- _Exemples et cas pratiques

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 2 JOURS / 14H

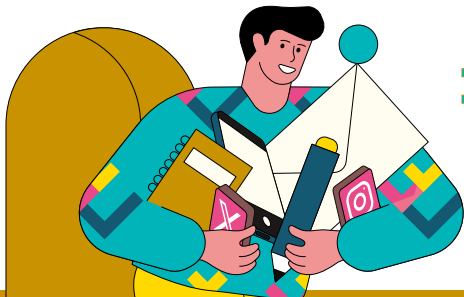
TARIFS

5, 6 ET 7 MAI EN LIGNE
17 ET 18 JUIN PARIS
6 ET 7 OCT. LYON
24, 25 ET 26 NOV. EN LIGNE

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

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**



PROFESSIONNALISER SES PRATIQUES ET MAÎTRISER LES OUTILS

fp_056/fp_105

Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

- _ Qu'est-ce qu'une crise médiatique ?
- _ Anticipation d'une situation de crise médiatique
- _ Gestion de la situation de crise médiatique
- _ L'après-crise
- _ Cas pratiques : nombreux exemples et mises en situation

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 13 ET 14 JANV. PARIS
- 13, 14 ET 15 MAI EN LIGNE
- 1^{ER}, 2 ET 3 OCT. EN LIGNE
- 12, 13 ET 14 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_035/fp_083

Gestion de projet : bien conduire son action de communication

OBJECTIFS

- _ Assurer la cohérence de l'action de communication avec la stratégie
- _ Prendre en compte les aspects juridiques, financiers et organisationnels d'une action de communication
- _ Mettre en œuvre une action de communication : la gestion de projet
- _ Coopérer à l'interne (service communication, autres services) et à l'externe (partenaires) et piloter à l'externe (prestataires)

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

- _ Le rôle de la chargée ou du chargé de communication
- _ Être co-responsable de l'action de communication
- _ Préparer et conduire une action de communication : la gestion de projet

FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 10 ET 11 MARS EN LIGNE
- 4 JUIN PARIS
- 15 ET 16 SEPT. EN LIGNE
- 12 ET 13 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_039/fp_102

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

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

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

FORMATEUR PASCAL NICOLLE

DATES : 1 JOURS / 7H

TARIFS

- 16 ET 17 JANV. PARIS
- 26, 27 ET 28 MAI EN LIGNE
- 17, 18 ET 19 SEPT. EN LIGNE

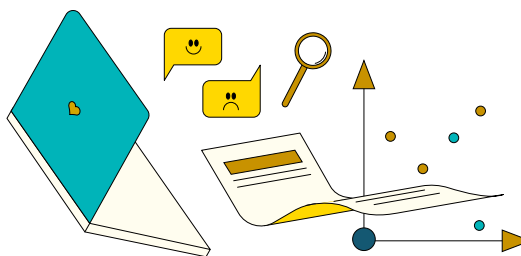
T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

PRÉREQUIS

Avoir un projet faisant appel à la concertation



fp_037/fp_086

Libérer sa créativité dans les affiches et flyers

OBJECTIFS

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

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

- 27 ET 28 MARS PARIS
21, 22 ET 23 MAI EN LIGNE
2, 3 ET 4 DÉC. EN LIGNE

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

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

fp_055

Développer sa créativité photographique pour sa communication

OBJECTIFS

- _ Réaliser des photographies de qualité, exploitables, quel que soit le contexte
- _ Centrer les apports théoriques sur la lecture et la gestion d'une image, l'importance du cadrage, de l'angle de prise de vue
- _ Construire un patrimoine visuel réutilisable sur une longue durée (photothèque)
- _ Préparation des images destinées au print
- _ Connaître et utiliser les logiciels de post production photographique (Lightroom et Photoshop)
- _ Maîtriser les différents appareils et outils : smartphone, appareil photo, objectif, flash

PRÉREQUIS

Avoir une ou des missions de prise de vue
Posséder un appareil photo
Optionnel : posséder un ordinateur portable et une licence Photoshop

PROGRAMME

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

FORMATEUR THIERRY CHENU

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

- 3 ET 4 FÉV. PARIS
23 ET 24 JUIN PARIS
13 ET 14 OCT. LYON

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

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**

fp_041/fp_106

Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité

OBJECTIFS

- _ Définir une stratégie de relations presse locale et nationale sur la durée
- _ Intégrer cette stratégie au plan de communication de sa collectivité
- _ Penser les relations dans les process et dispositifs de communication d'urgence
- _ Comprendre les relations presse
- _ Concevoir des actions/outils de relations presse en phase avec leur époque
- _ Appréhender l'impact du web sur les relations avec les journalistes
- _ Accompagner les élus de sa collectivité dans leur médiatisation

PRÉREQUIS

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

PROGRAMME

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

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

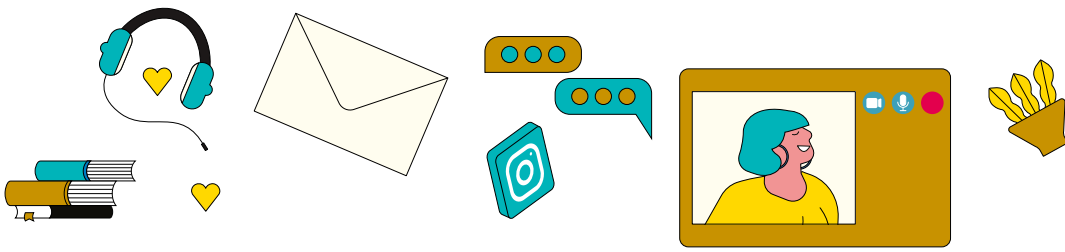
TARIFS

**CAP'COM
INTÉGRAL**
(voir p.29)

- 14, 15 ET 16 JANV. EN LIGNE
24 ET 25 MARS LYON
25, 26 ET 27 JUIN EN LIGNE
1^{ER} ET 2 DÉC. PARIS

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

**2 CRÉDITS DE
FORMATION**



fp_042/fp_107

Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité

OBJECTIFS

- _ Comprendre les enjeux d'une stratégie d'influence
- _ Définir une stratégie et un plan d'actions cohérents pour sa collectivité
- _ Identifier les bons influenceurs
- _ S'approprier les réseaux sociaux pour toucher journalistes et influenceurs
- _ Penser une stratégie d'influence responsable

PROGRAMME

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

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

6 ET 7 FÉV. LYON

T1.....820 € HT

19, 20 ET 21 MAI EN LIGNE

T2.....1 115 € HT

17 ET 18 SEPT. PARIS

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_052/fp_111

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

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

- _ La relation avec les usagers aujourd'hui
- _ GRU : l'importance de la communication dans la réussite du projet
- _ Étude de cas

FORMATRICE CLÉMENCE PATIN

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1^{ER} ET 2 AVR. EN LIGNE

T1.....515 € HT

22 ET 23 MAI EN LIGNE

T2.....685 € HT

3 NOV. PARIS

T3.....860 € HT

T4.....915 € HT

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_046/fp_108

Réussir le protocole territorial

OBJECTIFS

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

PROGRAMME

- _ Au cœur du protocole : les préséances
- _ Les relations humaines
- _ Les inaugurations et les réceptions
- _ Le protocole au quotidien
- _ Exercices d'application

FORMATEUR FABRICE JOBARD

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

5 ET 6 FÉV. EN LIGNE

T1.....515 € HT

7 ET 8 AVR. EN LIGNE

T2.....685 € HT

30 SEPT. PARIS

T3.....860 € HT

1^{ER} ET 2 DÉC. EN LIGNE

T4.....915 € HT

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_047/fp_110

Mettre en place une démarche de marketing territorial

OBJECTIFS

- _ Adopter une approche marketing pour développer les politiques publiques et la communication territoriale
- _ Apprendre à utiliser les outils du marketing territorial et mettre en place une méthodologie adaptée
- _ Organiser le jeu collectif des acteurs territoriaux
- _ Inscrire la démarche dans un processus d'amélioration continue

PRÉREQUIS

S'intéresser au développement territorial
Mener une réflexion professionnelle autour de l'attractivité et l'hospitalité des territoires, du marketing territorial ou de la communication territoriale / publique

PROGRAMME

- _ Introduction au marketing territorial
- _ Les étapes essentielles d'une démarche de marketing territorial
- _ La mise en récit des territoires par l'approche du marketing territorial et la place de la fonction communication
- _ Applications : cas pratiques et exemples de stratégies et d'actions de marketing territorial

FORMATRICE ANAÏS HERNOT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

18 ET 19 MARS EN LIGNE

T1.....515 € HT

27 MAI PARIS

T2.....685 € HT

7 ET 8 OCT. EN LIGNE

T3.....860 € HT

2 ET 3 DÉC. EN LIGNE

T4.....915 € HT

1 CRÉDIT DE FORMATION



DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES INDIVIDUELLES

fp_064/fp_099

Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales

OBJECTIFS

- _ Maîtriser son trac et développer sa confiance en soi
- _ Soigner son expression orale et son élocution
- _ Développer sa capacité à convaincre
- _ Construire son discours pour présenter un projet ou une idée en public
- _ Être amenée ou amené à parler en public dans le cadre professionnel

PROGRAMME

- _ Introduction autour des techniques théâtrales
- _ Le rôle
- _ Le texte
- _ La représentation

FORMATEUR LUC CHAMBON

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 21, 22 ET 23 JANV. EN LIGNE
- 26 ET 27 MAI PARIS
- 29 ET 30 SEPT. LYON
- 10, 11 ET 12 DÉC. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_040

NOUVEAU

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

OBJECTIFS

- _ Acquérir une méthodologie pour la mise en place d'un projet collaboratif
- _ Identifier les typologies de projets collaboratifs : internes ou externes, projet d'équipe, projets multi-acteurs, projet de territoire, ...
- _ Savoir concevoir et animer des ateliers collaboratifs
- _ Être capable de mener une démarche collaborative
- _ Savoir mener une démarche jusqu'à un livrable

PRÉREQUIS

S'intéresser aux démarches collaboratives
Mener une réflexion professionnelle autour des projets publics
Avoir le projet d'animer des temps collaboratifs
Avoir validé que son institution était mûre pour engager des démarches collaboratives

PROGRAMME

- _ Comprendre les usages et intérêts des démarches d'innovation collaborative et identifier les étapes
- _ Concevoir et animer les étapes de la co-conception
- _ Communiquer, évaluer et valoriser la démarche
- _ Cas pratiques

FORMATRICE JUDITH SAMAIN

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_130

NOUVEAU

Utiliser l'intelligence collective avec des temps collaboratifs à distance pour co-construire un nouveau projet

FORMATRICE JUDITH SAMAIN

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 2, 3 ET 4 AVR. EN LIGNE
- 10, 11 ET 12 JUIN EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p.29)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



AVEC CAP'COM DES TARIFS SOLIDAIRES ET FACILITÉS

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

UNE POLITIQUE TARIFAIRE ÉQUITABLE

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

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

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



DES COÛTS DE FORMATION RÉDUITS AVEC CAP'COM INTÉGRAL

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

1 CRÉDIT DE FORMATION = 1 JOURNÉE DE FORMATION

ABONNEMENT EN LIGNE WWW.CAP-COM.ORG

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.

NOS FORMATEURS



MÉLANIE ANTOINE P.20

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.8

Ancienne journaliste, elle a été responsable de communication en collectivité locale et en agence d'urbanisme puis responsable de la participation citoyenne de Grenoble Alpes métropole avant de devenir déléguée générale de l'Institut de la participation et de la concertation. Son approche allie concertation, communication et création collective pour construire un territoire de co-responsabilité. Elle dresse un large panorama des pratiques participatives.



ANNE BLANCHARD P.10

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



MEGGANE BONATO P.19

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.9

Docteur et maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Haute-Alsace, 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.10

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



CAROLE BRUGGER P.13

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



LUC CHAMBON P.28

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



PIERRE CHAVONNET P.9

Directeur du pôle marques et transformation de l'institut d'études Occurrence, il a précédemment co-fondé et dirigé l'agence de communication Teymour Corporate. Diplômé de l'Institut français de presse et diplômé en sciences politiques, il est également membre de l'association Com-ent.



THIERRY CHENU P.26

Reporter photographe, il est directeur du service photo de la ville de Grenoble. Il a notamment créé la base de données photos de la ville, qui compte à ce jour plus d'un million d'images. Il est spécialiste de la prise de vue aérienne.



LAURENT CLAUSE P.24

Journaliste reporter d'images, 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.



FRANCK CONFINO P.11/22/23

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



ANITA DEMBINSKI P.23

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



GUILLAUME DUCHAYNE P.23

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



ESTELLE DUMOUT P.12/20/21

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 ses services en stratégie éditoriale numérique et accompagnement digital learning à travers sa société de conseil Nemolab.



LAURENT GRANGER P.10/25

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



ÉLODIE HÉRISSON P.6

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



ANAÏS HERNOT P.27

Consultante en marketing territorial, elle accompagne les collectivités et leurs partenaires sur des projets d'attractivité, d'hospitalité et de mise en récit des territoires. Elle a travaillé au cabinet Inkipit pendant huit ans. Formée au marketing et aux sciences politiques, elle conçoit des méthodologies pour imaginer des offres, des services et des communications territoriales plus partagés.



FABRICE JOBARD P.27

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. Il a été directeur de communication en collectivités.

**THIBAUD LEMIRE P.22/23**

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

**FERRÉOLE LESPINASSE P.6/7/21**

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 écoconcevoir vos contenus web » chez Publishroom.

**RICHARD MAHOUDEAUX P.23**

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

**PASCAL NICOLLE P.25**

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

**CLÉMENTINE PATIN P.27**

Consultante spécialisée en gestion de la relation avec les usagers (GRU), elle a été responsable qualité et cheffe de projet GRU de la ville de Rouen pendant dix ans. Elle est également auditrice et formatrice en qualité (Iso 9001, Qualivilles, Marianne).

**ARNAUD PÉLISSIER P.19**

Avocat au barreau de Lyon pour le cabinet Vedesi, il est notamment spécialiste du droit de la presse et de la propriété intellectuelle. Docteur en droit public, il est chargé d'enseignement à l'Institut d'études politiques de Lyon.

**ROLANDE PLACIDI P.19**

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.

**AUORE POUILLARD RÉMY P.20**

Experte en stratégie éditoriale, fondatrice de Slackline studio, elle aide les communicants à développer des contenus éditoriaux à valeur ajoutée. Diplômée de Sciences Po Lille et intervenante à l'Efap, elle intègre l'intelligence artificielle dans ses pratiques au service de la créativité et de la rigueur des contenus tout en respectant une éthique professionnelle affirmée. Son expertise s'étend sur l'ensemble des secteurs moteurs de transition écologique et sociale.

**LAURE PRÉDINE P.14/26**

Directrice artistique indépendante, elle a dirigé son studio de graphisme en communication culturelle et institutionnelle avant de piloter une agence de communication en édition. Enseignante en écoles de communication visuelle, elle est aussi chercheuse sur les signes codés graphiques.

**DIDIER RIGAUD-DUBAA P.11/13/25**

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.22/24**

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

**SÉBASTIEN RUFIER P.21**

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

**JUDITH SAMAIN P.28**

Formatrice et consultante en intelligence collective, elle a travaillé pendant quinze ans dans la gestion de projets multi-acteurs en lien avec la communication et la relation aux partenaires publics. Aujourd'hui, elle utilise les démarches d'innovation collaborative pour accompagner des projets complexes multi-acteurs, avec des méthodologies et des outils adaptés, permettant ainsi à chacun d'apporter sa valeur et sa contribution au projet.

**CÉCILE STAROZ P.13**

Actuellement responsable 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. Au département du Finistère, elle a été successivement chargée de communication et formatrice interne réseaux sociaux ou encore rédactrice en chef du journal interne.

**MARC THÉBAULT P.8**

Après trente années de carrière publique au sein de collectivités territoriales (directeur de communication, responsable mission attractivité), il est aujourd'hui conseil et formateur auprès des collectivités locales et des intercommunalités. Il les accompagne sur les stratégies et mises en œuvre de politiques publiques d'attractivité et de communication publique externe et interne. Il est également auteur d'ouvrages chez Territorial éditions et Weka.

**MARIE TISSIER P.6/26/27**

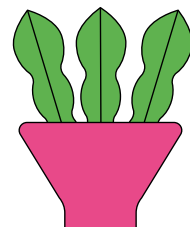
Fondatrice de Melt, agence de conseil en communication institutionnelle et publique, elle anime régulièrement des formations et dispense des cours à l'Université Lyon 3, Sup de pub et à l'ISCPA. Anciennement attachée de presse en collectivité territoriale, elle s'est spécialisée en communication d'influence,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

**ALAIN VERPILLAT P.14**

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.7**

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



CAP'
COM

PLUS

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

" Je recherche des exemples de stratégies de com "

" Je cherche l'inspiration et des nouvelles idées "

" Je veux comparer mes actions "

" Je veux partager des bonnes pratiques en équipe "

**300 campagnes de communication
et publications territoriales**

**Abonnez-vous en ligne
www.cap-com.org**