

# LA COMMUNICATION CONCERTÉE : COPRODUIRE UNE DÉMARCHE DE COMMUNICATION AVEC D'AUTRES ACTEURS

## OBJECTIFS

- Se familiariser avec le contexte et l'intérêt de la communication impliquant plusieurs institutions ou organismes
- Appréhender les objectifs et les principes de la communication concertée
- Maîtriser la méthode et les outils pour la mettre en œuvre

## PROGRAMME

### Définition et enjeux

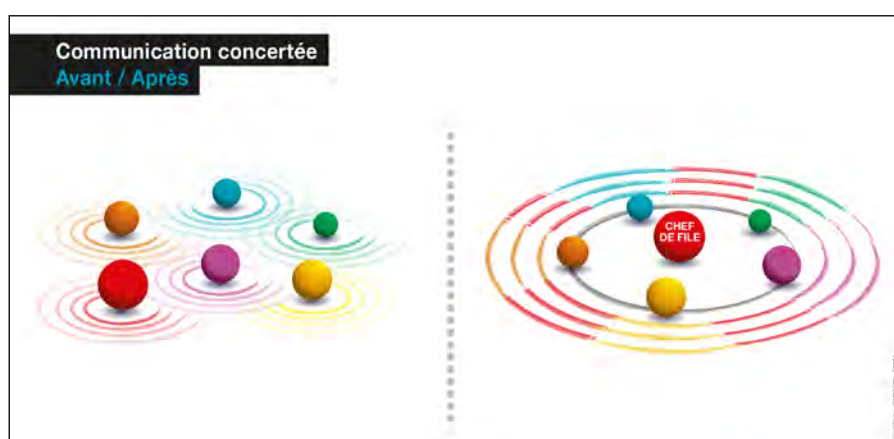
- Mieux informer les usagers d'un territoire
- Rendre plus lisible l'action publique
- Assurer la pédagogie sur le fonctionnement des institutions concernées par le projet (collectivités, EPCI, SEM, chambres consulaires, offices HLM...)
- Optimiser des moyens de communication en associant les acteurs
- Créer un sentiment d'appartenance

### Conditions de mise en œuvre

- Les acteurs: le chef de file, les partenaires, le médiateur
- L'intérêt commun de la communication
- La démarche: une charte de la communication concertée
- Fonctionnement: outils, actions, animation

### Étude de cas

- Un exemple où la communication n'est pas concertée
- Deux exemples réussis: autour d'un projet, autour d'une compétence



### FORMATEUR

Christian de La Guéronnière

### DURÉE DE LA FORMATION

1 journée

### TARIFS

- 600 € HT / jour / personne (formation Inter réalisée sous réserve de 3 inscriptions minimum)
- Pour une formation INTRA, nous consulter
- Prise en charge OPCA possible



### PUBLICS ET PRÉ-REQUIS

- DIRECTEURS DE LA COMMUNICATION
- OU RESPONSABLES DE COMMUNICATION EN COLLECTIVITÉ
- DIRECTEURS GÉNÉRAUX DES SERVICES
- ÉLUS ET COLLABORATEURS DE CABINET



### LIEU

- AGENCE EPICEUM  
75, RUE DE LA FONTAINE AU ROI  
PARIS 11



### LES PLUS EPICEUM

- Une méthode inventée et mise en œuvre par l'agence avec succès dans de nombreuses configurations
- Présentation détaillée du cas de la communication sur le projet urbain de la métropole rennaise, Grand Prix 2013 de la communication publique territoriale (Cap'Com d'or)