Pourquoi communiquer :
Les particularités de la communication dans une petite et moyenne collectivité

Association des Maires de la Sarthe

16 juin 2015

Christine HALGAND
Cabinet CH Communication
Co-fondatrice du réseau Alliance Projets et Territoires

Faisons connaissance, afin d'ajuster mon propos :

- Présentation de Christine Halgand, du cabinet CHC et du réseau Alliance Projets et Territoires.
- Présentation des participants.
- Recensement des attentes.
- Contenus de la journée

POURQUOI COMMUNIQUER ?

- Parce que :

- Votre environnement, celui de vos habitants, administrés, contribuables, électeurs, est noyé dans des outils de communication.(secteur commercial et autres communications quotidiennes)

- Votre élection a été accompagnée d'outils de communication, de réunions publiques, parfois à profusion.

- Il est nécessaire d'entretenir le lien avec *TOUS* les habitants.

- Il faut « garder » la main sur le message institutionnel de la collectivité, surtout en petite et moyenne collectivité où les rumeurs sont les plus efficaces des médias.

PARCE QUE …

Il est nécessaire d'accompagner :

- Les nouvelles orientations.
- Les projets existants.
- Les nouveaux projets.

Il est indispensable de communiquer, très en amont sur les étapes d'un projet, de l'idée, au diagnostic, jusqu'à sa mise en place et à son évaluation.

COMMENT COMMUNIQUER,

en petites et moyennes collectivités territoriales ?

Préambule :

Ce n'est ni le budget, ni l'intensité des moyens et outils de communication qui prévalent, en petite et moyenne collectivité, de la pertinence, et de l'efficacité de la communication.

C'est l'adoption d'une démarche structurée qui assurera l'efficacité des actions de communication

La démarche stratégique de communication en communication publique

- Les questions incontournables que les équipes municipales doivent se poser.
- Les réponses, qui doivent être formalisées, sous forme d'une réflexion stratégique. (repères un peu plus loin)
- Ces repères de communication doivent représenter « le fil rouge » de la communication du mandat.

En préalable :

Diagnostic de la communication :

Etat de l'existant. Actions menées et avec quels résultats ?

- **Objectifs de la communication :**

quel positionnement souhaité, à l'issue de la diffusion des outils de communication, créés à partir de la réflexion stratégique qui est décrite ci-après

Que souhaitent atteindre les élus,

A partir des orientations du mandat,

et des thématiques « projets territoriaux ».

- **Quelles cibles destinataires :**

A qui doivent s'adresser les actions de communication ? Cœur de cibles,(directement concernées) cibles élargies (pour informations).

- **Quel message ?**

Que dit la collectivité ?

- **Quels ARGUMENTS ?**

Sur quoi appuie-t-elle ses informations ?

Suite de la démarche de communication /

- **Quelles justifications ?**

  Quels sont les éléments qui rendent crédibles les éléments du message ?

- **Quelle tonalité ?**

  Dans quelle tonalité communiquer ? (ambiance du message)

- Contraintes liées à la collectivité territoriale :
  - A la résistance des élus à entamer de nouvelles démarches de communication.
  - A des contraintes, Socio-culturelles, budgétaires, légales.

Suite de la démarche de communication, plan et outils de communication.

- Budget : de quels moyens dispose-t-on en petite et moyenne collectivité ?
- Plan d'actions.
- Identification d'un choix des outils.

  Mix des outils de communication (mélanger les différentes techniques, relations presse, affiche, site internet).
- Planification, calendrier.
- Mise en œuvre du plan d'actions.
- Évaluation séquentielle, à partir des critères fixés dans les objectifs de départ

CLOTURE ET ÉVALUATION DE LA FORMATION