



La communication :

écueils à éviter et réussites

Sandrine POIRIER

*Réunion thématique
« Communiquer et sensibiliser les communes sur les
espèces exotiques envahissantes – Enjeux et outils »
18 octobre 2018 à Orléans*

Dans le cadre du :



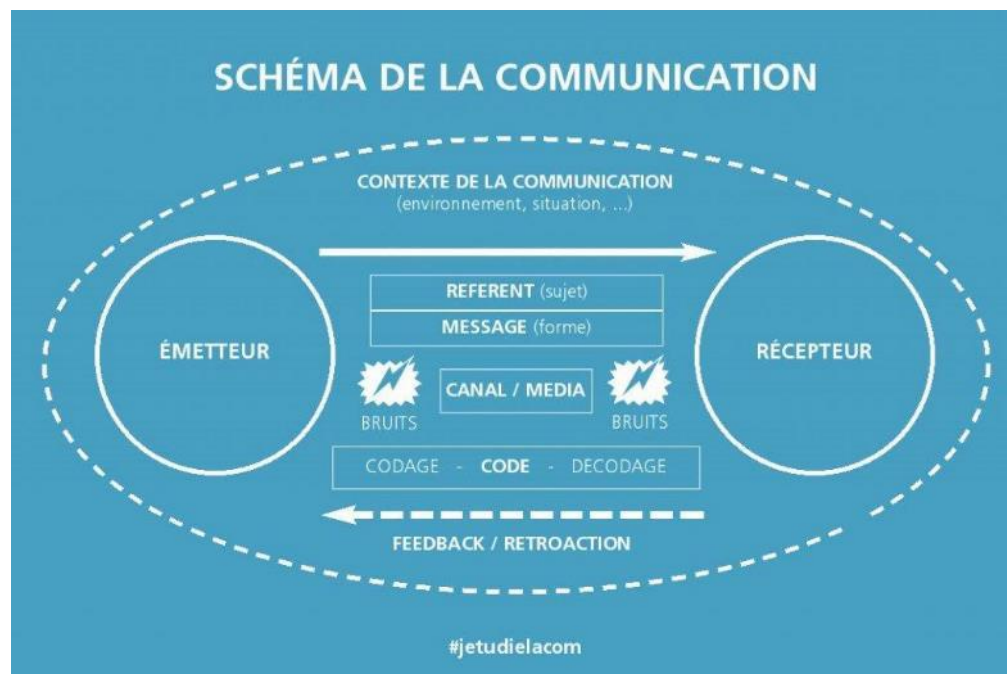
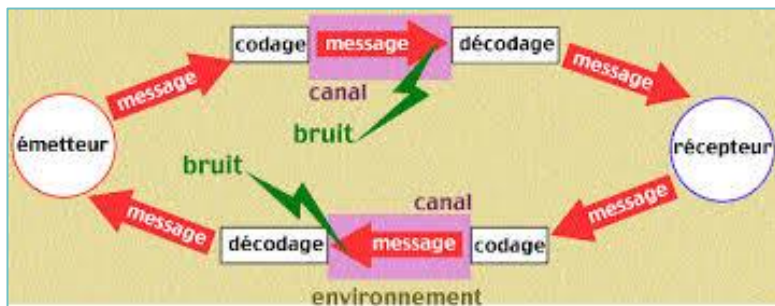
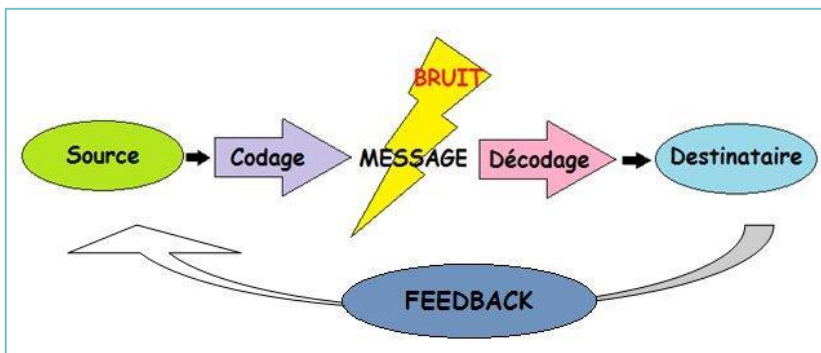
Avec le soutien de :



La théorie de la communication est apparue dans les années 1945-1950, elle est issue des travaux des scientifiques américains

Claude E. Shannon et Warren Weaver en 1949.

Schémas



Le triangle objectifs, cibles et actions de communication : les trois paramètres clés de la communication

Actions

Exemples :

- journée technique
- plaquettes
- site internet

- Cognitifs (informer)
- Affectifs (émouvoir, toucher...)
- Comportementaux (faire agir)

Cibles

Exemple :
Elus des
collectivités du
bassin de la Loire

Objectifs

Exemple :
30 communes
participantes à la
journée technique

Les questions à se poser	<i>Exemples</i>
Je définis mes objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Intégrer les EEE dans la gestion des espaces verts des collectivités
Je précise mes cibles	<ul style="list-style-type: none"> • Cibles principales : Elus des collectivités • Cibles secondaires : Agents techniques, Habitants, Médias...
J'élabore le contenu de mes messages	<ul style="list-style-type: none"> • Axes forts du message • Mots clés
Je définis les actions de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Supports écrits, vidéos, réunions...
Je définis un calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Planning de diffusion
J'évalue les effets	<ul style="list-style-type: none"> • Observer l'évolution des pratiques • Revue de presse

1. Les théories de la communication

Les outils de communication

Communication papier :

- Magazine
- Affiche

Communication numérique :

- Newsletter
- Médias sociaux
- Site internet

LES MÉDIAS



Le magazine des maires et des présidents d'intercommunalités
Découvrez en exclusivité dans le numéro de **septembre 2018** :

- Sommaire
- Editorial

[Accéder](#) | [Abonnez-vous](#)



La lettre Maires de France
Informations brèves et pratiques
n° 360 - septembre 2018

- Servir le citoyen et agir pour la République
- Très prochainement le 101e Congrès de l'AMF
- Les compétences des maires doivent être respectées

[Accéder](#) | [Télécharger](#)



Amf info
L'hebdo de l'actualité de l'AMF
n°110 - Jeudi 11 octobre 2018
HoRHizons 2018 : les collectivités et les EPCI mettent en place une approche rigoureuse et dynamique...

[Accéder](#) | [Abonnez-vous](#)



AMF Maires de France



Association des m



Youtube

Source : Site web de l'association des maires



Relations médias :

- Communiqué de presse
- Dossier de presse



Complémentarité

Coûts



La diffusion



Source : CPIE

« J'ai réalisé une affiche,
comment je la diffuse ? »

- Anticiper stockage & colisage
- Evaluer les coûts de l'expédition

Le ciblage

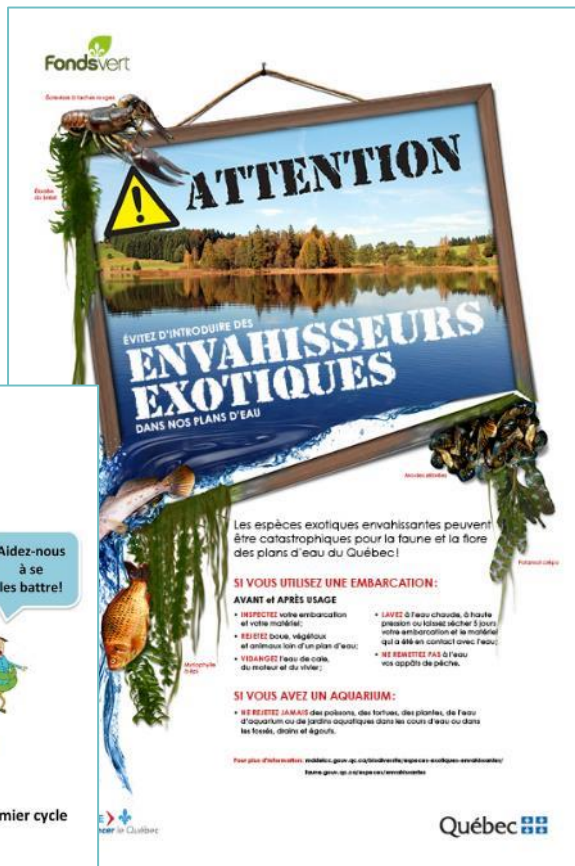


Source : Communauté de communes Lannion - Trégor

« J'ai réalisé une plaquette,
à qui je la donne ? »

- Affiner la liste des destinataires
- Personnaliser les envois (adressage ciblé)
- Elargir les cibles
- Identifier des influenceurs (ambassadeurs du message)

Les mots clés



« Est-ce que j'utilise les mots justes ? »

LES ESPÈCES ENVAHISSANTES

C'est une guerre des invertébrés marins sur une plaque

Aidez-nous à se les battre!

Possibilité d'emploi pour un assistant de terrain de premier cycle

Quand: Été 2013

Où: Nouvelle-Écosse

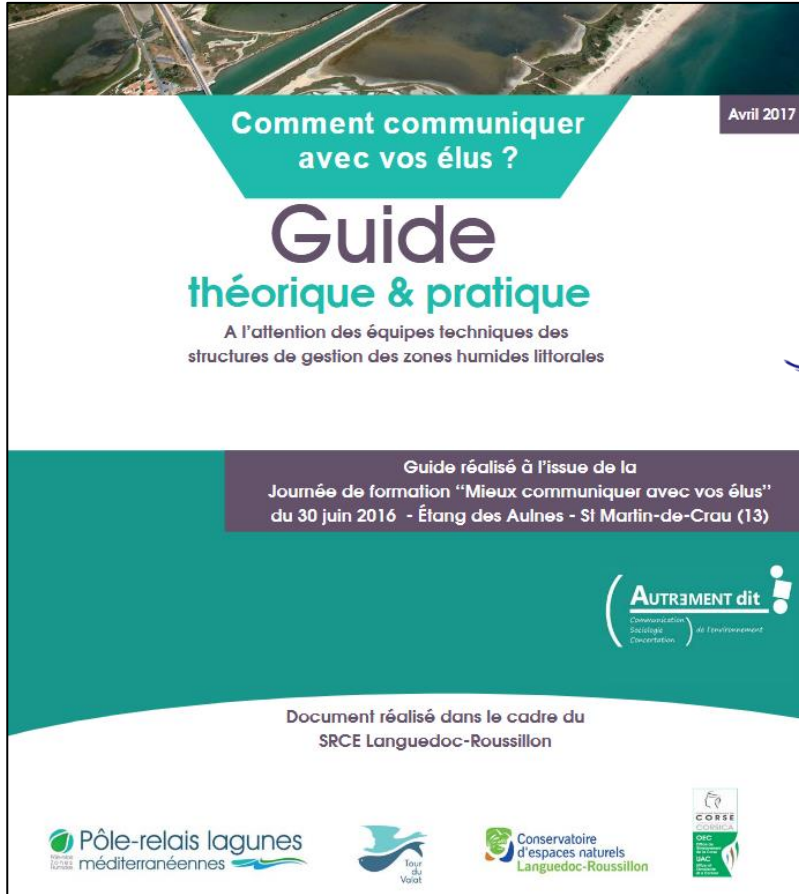
Quoi: Travail sur le terrain et recherche sur les espèces aquatiques envahissantes

Intéressé? SVP envoyez un courriel à Kevin Ma avec votre CV à kevinkma@gmail.com

Pour en savoir plus, www.benthosival.com

- Définir des éléments de langage commun (mots clés)
- « *Vulgariser mais sans vulgarité* » (formule simple)
- Proposer des outils « *clés en main* » pour maîtriser ses messages
- Tester un prototype

Source : Web – communication Québécoise



Conseils et boîte à outils

« Le réflexe habituel est d'envisager sa communication en pensant spontanément aux outils et en réalisant des brochures, affiches, rapports [...] Or avant de penser l'outil, il faut réfléchir à **ses objectifs** de communication et imaginer ensuite des outils différents selon qu'on veut transmettre des informations ou qu'on vise à aller plus loin : faire changer les mentalités par exemple. »



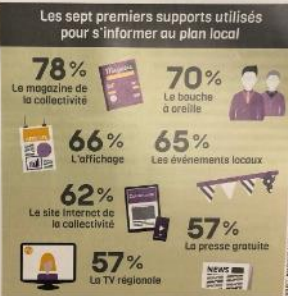
BARO MÈTRE
EPICEUM & HARRIS INTERACTIVE
DE LA COMMUNICATION LOCALE

Octobre 2018 5^e Vague

**La communication
publique attendue
sur le terrain
des services**

BAROMÈTRE DE LA COMMUNICATION LOCALE : QUOI DE NEUF ?

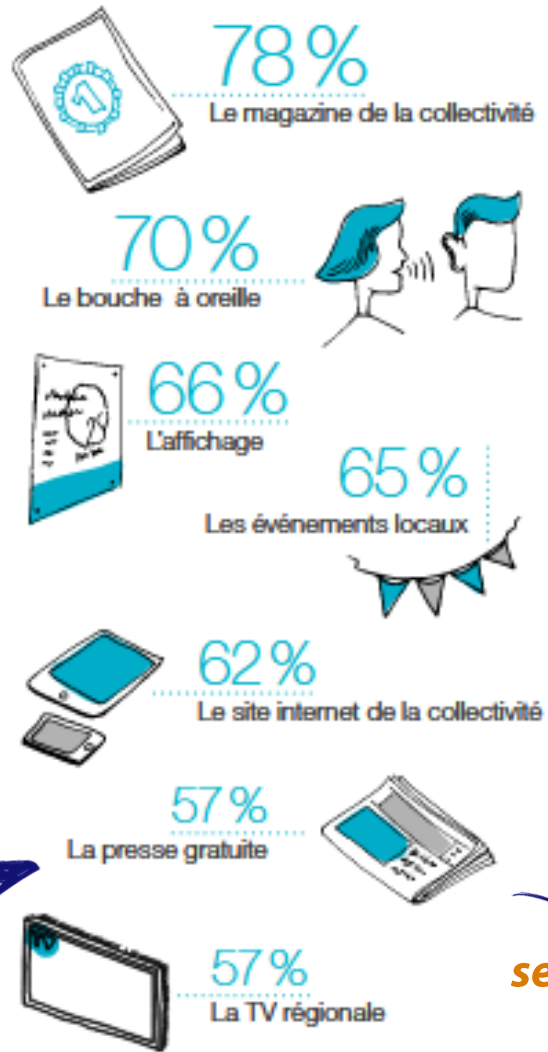
La cinquième vague du Baromètre Epiceum - Harris Interactive de la communication locale⁽¹⁾ a été dévoilée le 3 octobre au siège de l'Association des maires de France (AMF). Elle mesure les usages que font les collectivités locales des sept premiers supports utilisés pour s'informer au plan local.



EDITO
Le Baromètre Epiceum - Harris Interactive de la communication locale, réalisé en partenariat avec La Poste Solutions Business et le réseau Cap'Com, est devenu, depuis 2009, l'enquête nationale de référence des élus et des communicants publics.



Les 7 premiers supports utilisés pour s'informer au plan local



Cibles secondaires

