



Communication publique et gestion de crise : maîtrise des enjeux et stratégies

Une communication publique de qualité contribue à rapprocher les citoyens de leurs dirigeants, incite à la transparence et améliore la gouvernance. La communication joue par ailleurs un rôle décisif en situation de crise. Ce séminaire est conçu pour renforcer les compétences des responsables publics dans ce domaine et les exposer aux outils et techniques qui soutiennent la mise en œuvre d'une communication interne et externe accompagnant efficacement la concrétisation des politiques, des projets et des programmes.



CLIENTÈLE CIBLE :

- Responsables de la communication dans les fonctions publiques et parapubliques
- Chargés(es) de la communication
- Responsables des relations publiques
- Dirigeants(es) ayant à communiquer en situation de crise

DURÉE : 2 semaines

OBJECTIFS PRATIQUES

- ✓ **Développer** les habiletés nécessaires à la formulation d'une stratégie de communication destinée à des publics-cibles.
- ✓ **Doter** le participant des outils de conception, d'exécution et de suivi d'un plan de communication.
- ✓ **Reconnaître** les paramètres constitutifs d'une crise et mettre en œuvre un système de détection et d'alerte.
- ✓ **Gérer** la communication d'une cellule de crise.

THÈMES ET CONTENUS

- **Introduction à la communication :** Information et communication, communication et institutions, communication et gouvernance. Évolution de l'environnement communicationnel institutionnel. Cycle de vie de la communication, sur un projet, sur un programme ou sur une politique publique.
- **Développer une stratégie :** Identification des objectifs et des publics-cibles, étude du contexte socio-économique, politique et administratif. Méthodes de développement de la stratégie.
- **Plan de communication :** Communiquer quoi, à qui, quand et comment. Construire un plan de communication.
- **Communication interne et externe :** Types de communication interne et performance de l'organisation. Transparence, protocoles internes et circulation de l'information. Audit de la communication interne. Outils et éléments promotionnels, de visibilité et de transparence. Effets sur les publics-cibles : communiqués de presse, conférences de presse, publiereportages, publicité, slogans, messages, image de l'organisation.
- **Discours et médias :** Renforcement de la rhétorique, de la rédaction et de la présentation d'un bon discours. Interventions publiques et médiatiques, gestion du stress, communication non-verbale.
- **Gérer une crise :** « Ingrédients » et dynamique d'une crise, gestion des acteurs, cellule de crise, suivi du plan de gestion. Perceptions post-crise : gains et coûts politiques.

