

CAP,

16^e FORUM DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

COM

Le programme

Dijon, Palais des congrès
1^{er} et 2 Décembre 2004

Gouvernance, développement, institution...

Quelle place pour la communication ?

Inscription en ligne : www.cap-com.org

édito

Souvenez-vous. En 1988, lorsque nous avons créé Cap'Com, les premiers communicants publics faisaient figure de pionniers, voire de militants. Que de chemin parcouru !

La communication publique a désormais pignon sur rue.

Elle s'est affirmée, professionnalisée. Les communicants s'interrogent aujourd'hui sur son positionnement et ses rapports avec les élus, avec les autres services, avec les « citoyens-usagers-consommateurs ». La notion de gouvernance permet de réfléchir autrement sur le contenu et le sens de la communication publique. D'autres questions sont d'une forte actualité. La ré-émergence du marketing territorial, la question de l'attractivité des territoires, l'ambition d'inciter au changement de comportement, dessinent de nouvelles lignes de conduites, bousculent les méthodes et les approches.

Dijon et la Bourgogne ont l'expérience des meilleurs crus.

Cap'Com 2004, avec vous, se doit d'être à la hauteur.

Dominique MÉGARD,
Déléguée générale

CAP' COM

Le Forum Cap'Com est le rendez-vous national annuel de la communication publique. La manifestation est préparée tout au long de l'année par un Comité de pilotage pluridisciplinaire, animé par Dominique MÉGARD, déléguée générale. Cap'Com permet, **depuis 1988**, aux professionnels de la communication publique d'échanger sur leur métier, de **mutualiser expériences et pratiques**, de **les confronter aux analyses d'experts** et d'universitaires et d'enrichir ainsi leur réflexion. **600 personnes** - responsables et chargés de communication et leurs services, élus, techniciens, agences et consultants, universitaires - se retrouvent à chaque édition, pour partager la même **culture de la communication de service public**, de ses atouts et de ses contraintes, particulièrement sur le terrain local, dans les territoires.

Garder le contact ?

Cap'Com est en contact permanent avec les professionnels de la communication publique grâce à son site Internet, sa Lettre de la

communication, à sa mail liste.

- La Lettre de la communication publique : Newsletter professionnelle hebdomadaire, lue par plus de 1300 personnes.
- Une mail liste professionnelle : lieu d'échanges très vivaces comptant plus de 700 participants.
- L'actualité des manifestations de Cap'Com : www.cap-com.org 2000 visites par mois en moyenne.

Se retrouver tout au long de l'année ?

Cap'Com, organisme de formation, propose également en cours d'année

- Des journées de formation
Organisées sur des thèmes d'actualité ou très spécialisées, elles sont destinées à répondre aux demandes des responsables et des services communication du secteur public.
- Des colloques
Cap'Com organise également des colloques spécialisés : Cap'Com Santé en partenariat avec la ville de Rennes, l'Ille et Vilaine et l'ENSP en est un exemple comme celui sur « Risque et responsabilité en communication publique » avec l'IEP de Lyon le 29 septembre.

Qui sommes-nous ?

- La SARL Cap'Com est l'outil qui permet de gérer et d'assurer la pérennité des différentes activités.
- Le Club Cap'Com est une association de professionnels, née en 2001 pour prolonger et enrichir réflexions et engagements au-delà de l'événement annuel.

Accueil

Mardi 30 novembre à Dijon

Une soirée conviviale

Si vous arrivez la veille de Cap'Com ou si vous avez participé à d'autres réunions en cette première journée, ne restez pas seul pour votre soirée.

La Ville de Dijon vous propose une visite privée de son exceptionnel Musée des Beaux-Arts, le mercredi 30, à 18 h. Nous nous retrouverons ensuite à 20 h 30, avec tous ceux qui le veulent pour un dîner bourguignon et passer la soirée ensemble. Menu commun, mais repas à la charge de chacun. Réservation obligatoire et derniers renseignements : 04 72 65 64 99

La Journée des réseaux

Cap'Com met à la disposition des associations et des réseaux de communicants de services publics ou d'administrations, salles et logistiques pour leur permettre de se réunir la veille du Forum, au Palais des congrès. Les communicants des Chambres des Métiers, ceux des DDE, les Rendez-vous de la Société de la Communication, le Club Cap'Com se retrouveront ainsi pour une première journée dijonnaise avant de partager nos échanges.

Si vous êtes membre d'un réseau professionnel ou d'une association et que vous souhaitez, vous aussi, organiser une réunion dans ce cadre, contactez nous au : 04 72 65 64 99

Des temps forts

Communication ou manipulation ?

Philippe BRETON est docteur d'État en sciences de la communication et docteur en psychologie du langage et de la communication. Il est chercheur au CNRS (Laboratoire de sociologie de la culture européenne à Strasbourg) et enseigne à l'université de Paris-I-Sorbonne. Il est notamment l'auteur de « La parole manipulée » (La Découverte, 2004), « Argumenter en situation difficile » (La Découverte, 2004) et « Eloge de la parole » (La Découverte, 2003). En ouverture de cette 16^e édition de Cap'Com, il posera une question qui ne manquera pas d'interpeller tous les communicants : « Communiquer, est-ce forcément manipuler ? »

Vous avez dit Européen ?

Cap'Com crée l'événement en préfigurant ce que sera le Premier symposium européen de la communication publique. Pour la première fois à l'occasion d'un Cap'Com, des professionnels et élus des villes et régions de l'Europe élargie, des membres d'associations nationales de communicants publics et d'élus, sans oublier les médias européens, vont témoigner de leurs métiers et confronter leurs expériences. 2004 fut l'année de l'élargissement, celle aussi de l'élection au Parlement Européen, l'Union Européenne se trouve à la veille d'un carrefour historique avec la ratification dans les différents pays membres du projet de Traité Constitutionnel. Ces enjeux majeurs ne sont pas sans conséquence pour le quotidien politique et public et donc pour les communicants.

Ce débat sans précédent donnera une libre parole à des professionnels de la communication publique en Europe, celles et ceux qui sont, partout sur le territoire de l'Union, en charge, dans la proximité et au quotidien, de l'interface et du lien avec les citoyens. Ils tenteront de répondre à la question : « Existe-t-il une culture commune de la communication publique dans les territoires et collectivités en Europe ? ».

À travers cette manifestation, nous espérons faciliter l'échange d'expériences et comparer les objectifs, les moyens, les pratiques... à l'échelle de notre nouveau territoire commun, international.

Le Grand Prix de la Communication

Cap'Com organise chaque année le Grand Prix de la Communication publique qui récompense les meilleures opérations de communication de l'année. La cérémonie de remise des prix est un rendez-vous incontournable pour tous les participants. Les collectivités territoriales, les institutions et les organismes publics ont présenté cette année des dossiers sur quatre grands thèmes : Transports, mobilité, déplacements ; Attractivité du territoire ; Citoyenneté et démocratie locale ; Identité visuelle. Le jury, présidé par **André BERCOFF**,



directeur de la rédaction de France-Soir, président du Press Club, était composé de professionnels de la communication et des médias. Lever de rideau sur les lauréats 2004 le 1^{er} décembre.

La communication : une histoire de goût

La communication autour du goût peut-elle dépasser les valeurs de tradition et de folklore gastronomique ? Comment développer des actions de communication autour du goût ? La soirée de la communication, le 1^{er} décembre, placée sous la présidence d'honneur de **François REBSAMEN**, maire de Dijon, président de la Communauté d'Agglomération de Dijon (COMADI) sera un avant-goût de l'atelier du lendemain. **Pascal PICQ** fera une brève conférence « Du goût des singes au goût des hommes », en ouverture de la soirée de la communication à l'hôtel de ville de Dijon. Paléo-anthropologue au Collège de France où il collabore avec le professeur Yves COPPENS, auteur notamment de « Aux origines de l'humanité », il a accepté d'exercer son grand talent, son humour et ses réflexions pour les convives de la Soirée de la communication, moment traditionnellement convivial de Cap'Com. Rater ce rendez-vous ? Une faute de goût assurément !



Jean-Marc AYRAULT Grand témoin



Quelle place pour la communication ? La question posée cette année par Cap'Com n'est pas incongrue. Elle est d'actualité. Les mutations

institutionnelles comme les évolutions de leur métier conduisent les communicants à questionner leur rôle et leur fonction pour redonner sens à leur travail et faire face à leurs responsabilités. Les élus, eux aussi, ont une place centrale dans cette problématique. Comment conçoivent-ils leurs rapports avec leur service communication ? Peut-il y avoir opposition de points de vue ou opposition d'intérêts ? Quels sont les grands enjeux de la communication territoriale aujourd'hui ? **Jean-Marc AYRAULT**, député-maire de Nantes, président de la Communauté urbaine, témoignera de son expérience au cours d'une conférence qui prendra, après un temps de réflexion personnelle, la « forme d'un dialogue avec la salle. »

Regards croisés sur la communication

Pour savoir où en sont les communicants publics, comment la communication se positionne dans les organisations, Cap'Com offre cette année une après-midi complète le jeudi 2 décembre à un examen approfondi et une libre discussion. Le tout alimenté par des enquêtes (voir programme) pour sortir des généralités et des a-priori. Des directeurs généraux de services, des directeurs de ressources humaines, des élus, des communicants d'entreprises... ont accepté de se prêter au jeu d'un dialogue vif et fourni avec vous... les communicants publics.

Les 1^{er} et 2 décembre
CAP'COM, c'est aussi

La Librairie de la com'

Un classique au cœur du Forum : la librairie pour découvrir les dernières parutions, les ouvrages des intervenants et approfondir différents sujets.

Le Bistrot de la com'

De l'art et la manière de se retrouver un verre à la main. La Com, c'est aussi ça !

La Cyber-station

Un espace en partenariat avec Apple pour consulter votre messagerie, surfer librement sur le web, ou retrouver vos sites préférés. Des ordinateurs dédiés pour des démonstrations d'outils nouveaux et la découverte de portails ou d'initiatives d'interlocuteurs publics. Un côté pratique dans le prolongement des cyber-ateliers.

Le Club Cap'Com

Les communicants feront le point sur la vie et les objectifs de l'association. Faites connaissance avec le nouveau bureau et partagez ses projets.

Souriez, vous filmez...

Rencontrez les organisateurs du Festival du Creusot pour découvrir des films institutionnels et mieux connaître les coûts, l'art et la manière de réaliser une vidéo...

La Foire à la com'

Si vous souhaitez apporter vos journaux, vos plaquettes, vos éditions pour les mettre en consultation, contactez-nous, nous vous réserverons une place.

L'Espace partenaire

Seront notamment présents le Conseil régional, le Conseil général, la Communauté urbaine et la Ville de Dijon, la Région Wallonne... Mais aussi Eco-Emballages, La Poste...

Le kiosque presse

Retrouvez la Gazette des Communes, le Courrier des Maires, Public(s), Territoire, Caractère, News Press, TGV Mag et la revue Étapes (graphisme, design, image création)

Le Point formation

Communicants : pour vous, un lieu ressource, l'occasion de se renseigner sur les formations qui existent et celles qui se préparent...

Journalée 1

Mercredi 1^{er} décembre

Plénières

9h30 - 10h30

« Communiquer, est-ce forcément manipuler ? »

Par Philippe BRETON, docteur d'État en sciences de la communication et docteur en psychologie du langage et de la communication. Chercheur au CNRS (Laboratoire de sociologie de la culture européenne à Strasbourg), il enseigne à l'université Paris-I-Sorbonne.

12h30

Déjeuner avec le Conseil régional de Bourgogne

Placé sous la présidence d'honneur de François PATRIAT, président du Conseil régional de Bourgogne.

15h45-16h45

Les enjeux de la communication publique

Réflexions du CELSA autour de la communication publique

Communication politique et communication d'État. Opinion publique : les conséquences de l'ère du soupçon. Communication des territoires et modifications des comportements.

- Françoise BOURSIN, professeur des universités, CELSA.
- Jean GAYET, professeur associé, CELSA.

17h00 - 18h30

Communication publique en Europe

Existe-t-il une culture commune de la communication publique dans les territoires et collectivités en Europe ?

Des professionnels de la communication publique et des élus de villes et régions de l'Europe élargie, des membres d'associations nationales de communicants publics et d'élus témoignent de leurs métiers et livrent leurs différences. Ils tenteront de répondre à la question : « Existe-t-il une culture commune de la communication publique dans les territoires et collectivités en Europe ? ». Nous essaierons de faciliter l'échange d'expériences et comparer les objectifs, les moyens, les pratiques ... à l'échelle de notre international et commun nouveau territoire.

- Séquence animée par Jean Christophe GALLIEN, directeur communication publique & affaires publiques Porter Novelli.

- Préparée avec Muriel PONCET, directrice de la communication de Bron (69).

Parcours (10h30-15h30)

Faire évoluer les comportements

- Pilote : Laurent MICHEL, journaliste
- Animateur : Christophe BULTEL, directeur des études et des Masters européens Sciences Com' (Nantes)

Des enjeux collectifs à la responsabilité individuelle : déplacement, mobilité, tri, comment l'information et la communication participent-elles à l'évolution des comportements? Quelles sont les conséquences du raisonnement « durable » sur les stratégies et les méthodes?

10h30

Analyse

Comment appréhender un changement de comportement individuel dans un contexte collectif? Quels sont les principes d'action de la communication en matière de changement du comportement? Quels enseignements tirer de la réussite des changements d'attitude acquis pour le tri sélectif des déchets?

- Anne-Marie COMMENAY, responsable du Pôle communication du GART.
- Eric GRANJON, directeur de la communication d'Eco-Emballages.

11h30

Expériences

Le développement des PDU, et plus encore des Plans de mobilité, le recul possible sur la communication sur la gestion des déchets, la recherche de l'association des citoyens à la prise en compte des enjeux, montrent que des voies existent pour une évolution citoyenne et durable des comportements.

- Marie-Christine de ZEEUW Nantes-Métropole (Les Ateliers du déplacement : une méthode expérimentale).
- Corinne JACQUEMOUD*, Chambéry-Métropole (Etablir un Plan de Déplacement Entreprises).
- Jean-Pierre TRIQUET, Communauté urbaine de Dunkerque (Tenir compte des expériences pour communiquer sur le tri).

14h30

Perspectives

Être citoyen aujourd'hui n'est-ce pas accepter de changer de comportements en matière de mobilité comme de tri sélectif ou autre comportement « durable »? Comment la communication des collectivités et des organismes publics peut-elle susciter, engendrer de nouveaux comportements, mieux accompagner l'action publique? Quel est son impact et quelles sont ses limites?

- Vincent KAUFMANN, * sociologue, École polytechnique de Lausanne.
- Yamina LAMRANI, service Mobilité CERTU (Résultats du projet Tapestry).
- Jean-Marie GUIDÉZ, CERTU.
- Erwin PAIRON, maire adjoint d'Anvers (Belgique).

* sous réserve

Conforter l'attractivité d'un territoire

- Pilote-animateur : Marc THEBAULT, ancien directeur de communication et de marketing territorial.

Il ne suffit pas de décider qu'un projet est bon et qu'un territoire à des atouts, encore faut-il que les futurs clients entendent et acquiescent! Comment envisager les éléments constitutifs de l'attractivité? En quoi viennent-ils, ou non, bousculer les actions communicantes traditionnelles?

10h30

Analyse

Une démarche de marketing territorial est-elle une « évolution » ou une « révolution » dans les pratiques communicantes? L'attractivité n'est-elle qu'un simple problème d'image?

- Michel LACAVE, senior consultant, agence Lacave-Allemand & Associés.
- Caisse des dépôts et de consignations* (Etude nationale sur les critères qualitatifs de l'attractivité).

11h30

Expériences

L'attractivité en action : la mise en place d'une stratégie visant à améliorer l'attractivité territoriale est qualifiée de « marketing territorial ». En quoi le marketing, appliqué à nos territoires, est-il une démarche complémentaire, voire différente, de la démarche « communication »? Comment, des territoires, petits et grands, ruraux ou urbains, œuvrent-ils pour améliorer leur attractivité? Qui en sont les plus principaux acteurs? Comment travaillent-ils au quotidien?

- Chantal HILAIRE, directrice adjointe de l'Agence de Développement économique de la Loire (42).
- Noelle ROTH, directrice de la communication de Saint-Marcellin (38).
- Jean-François CROS, directeur du Comité Départemental de Tourisme de Saône-et-Loire (71).
- Etienne LENGEREAU, délégué aux Affaires territoriales, groupe La Poste.

14h30

Perspectives

Percevoir l'attractivité : l'attractivité d'un territoire ne se décrète pas : elle se construit en tenant compte de l'image que l'on souhaite diffuser tout autant que de la manière dont elle est perçue par les cibles visées. Comment les médias et le monde économique perçoivent-ils les territoires? Comment les actions territoriales françaises sont-elles vues au niveau international? Un directeur de communication est-il le plus légitime ou devra-t-il compter avec de nouveaux collègues : les directeurs de « marketing territorial »?

- Sylvain SEYRIG, secrétaire général de la rédaction au magazine L'Entreprise.
- Un représentant de Maison de la France.
- Jérémy PENQUER, directeur de la communication de la Communauté d'Agglomération de Dijon (COMADI).

S'inscrire dans une démarche qualité

- Pilote : Kristel HAMON, directrice de la communication de l'OPHLM de Montreuil.
- Animateur : Marie-Claire FRANCHET*, G&A marketing et communication relationnelle.

Qualité et changement quel rôle pour les services de communication? Le rôle de la communication dans la conduite d'une démarche qualité et/ou de changement.

10h30

Analyse

Principes théoriques, éléments contextuels, outils, méthode : quand les méthodes du secteur privé s'invitent dans le secteur public.

- Bertrand QUATREBARBE, directeur de France Qualité publique.

11h30

Expériences

La qualité, ils l'ont fait! Ce qu'attend un directeur général de son chargé de communication ou du service communication. Quel est le rôle du service communication face aux élus et aux services opérationnels? Quels bilans peuvent être dressés? Quels sont les points négatifs ou positifs révélés par différentes expériences?

- Alain CATONI, directeur de l'OPHLM d'Arcueil-Gentilly.
- Jean-René MARTEL, directeur de la communication, ville du Havre.
- Laurent DELOISON, directeur de la communication, Assedic Pays de la Loire.
- Un représentant d'un ministère.

14h30

Perspectives

Dans quelle mesure la mise en œuvre d'une réflexion sur la qualité dans une organisation oblige-t-elle une remise en question dans les modes de relation, les modes de travail? Qu'implique la préoccupation de la qualité et l'affichage des engagements dans les modes de communication internes et externes, en particulier dans la relation avec les publics? Et vous, quand vous y mettez-vous? La qualité, une mission d'utilité publique pour les responsables de communication publique?

Débat avec

- Bernard CANDIARD*, conseiller maître à la Cour des Comptes, rédacteur du rapport sur les relations administrations-usagers.
- Richard COLLIN, vice-président de l'AFNET, partenaire i-KM.
- Un sociologue des organisations.



Ateliers

10h30 – 12h00 Commander et réaliser un audiovisuel

Pour convaincre, la communication audiovisuelle doit répondre à des critères précis : choix d'objectifs cohérents ; choix des publics concernés selon leurs attentes ; pertinence du message ; maîtrise des contraintes selon les délais, le budget ou la diffusion. Cette production sous-entend une qualité d'images, de son, de réalisation de type professionnel et, dès le départ, la prise en compte de la diffusion.

- Jean-Paul BENAS, directeur du développement à la CCI de Mâcon.
- Francis GROSJEAN, réalisateur, enseignant.
- Georges PESSIS, délégué général de l'ANATEC.

La projection d'une sélection d'extraits de films reflétant les diverses facettes de la production audiovisuelle par et pour les collectivités publiques, accompagnera l'atelier.

10h30 – 12 h 00 Construire des opérations « mémoire »

Garder la trace de l'histoire et de la vie d'un quartier en impliquant les habitants au moment d'une opération de rénovation urbaine ; aider au « devoir de mémoire » ; construire temps forts et célébrations... Outils, moyens et méthodes, réussites et erreurs au prisme de l'expérience.

- Bernard WALLON, Communication publique.
- Jean-Claude GIRARD, directeur général - OPAC de Dijon.
- Catherine COUSIN, directrice de la communication du Conseil général de la Manche.
- Danièle NEIRINCK*, déléguée aux célébrations nationales, ministère de la Culture.

14h30 – 16 h 00 Le recrutement vecteur de communication

Le recrutement aujourd'hui est un véritable acte de communication, au delà de la recherche de candidats, l'offre d'emploi véhicule l'image de collectivité. Quelques règles et méthodes pour mettre en place votre communication de recrutement.

- Christophe MARPAUX, chef du studio Annonces classées Gazette des Communes (Groupe Moniteur).
- Xavier TRACOU, directeur de la communication et Jérémy LE FOUILLER, DRH, ville de Boulogne - Billancourt.
- Christine LAGRAIS, responsable gestion des effectifs et relations humaines, ville de Versailles.

14h30 – 16 h 00 Communiquer sur un budget

Ces dernières années, la communication financière s'est démocratisée pour toucher le grand public et répondre à une demande pressante d'information. Mais les collectivités hésitent encore à structurer leurs plans de communication sur ce thème jugé trop technique pour être porteur. Pourtant, la presse a su dépasser cette technicité pour diffuser régulièrement des palmarès qui encensent ou détruisent la gestion des élus. La collectivité est-elle condamnée à laisser les journalistes gérer son image financière, ou peut-elle redevenir pro-active ?

- Rémy VERNIER, direction de la communication, Communauté urbaine du Grand Lyon.
- Yves CARRON, associé, agence Econéo.

Ateliers TIC

10h30 – 11h30 Etablir le cahier des charges d'un site

Concentrés sur les contenus et leurs productions, les directeurs de la communication souhaitent établir un cadre technique et technologique aisé à mettre en oeuvre. Mais l'interpénétration des deux demandes nécessite de bien connaître sa grammaire webienne...

- Yannick LANDAIS, délégué général, Agence ARTESI - Ile de France.

11h30 – 12h30 TIC et handicaps

L'accessibilité est évidente quand on parle TIC. Mais quelle en est la réalité ? Des recommandations du W3C aux applications pratiques, il y a un grand pas... que l'on demande aux directeurs de la communication de franchir. Quelques repères.

- Associations Braillet et Websourd.

15h00 – 16h00 Animer un Intranet

Derrière le gagnant-gagnant de l'Intranet, se cachent des actes techniques qui doivent être parfaitement maîtrisés pour réussir et animer son Intranet. Comment concilier motivation et technologie, hiérarchie et travail collaboratif ? Comment faire ?

- Jean-Paul GURECKI*, directeur de la communication de la ville de Villers-les-Nancy.

En soirée

Hôtel de Ville de Dijon

A partir de 20h00

Salon de Flore Remise du Grand Prix de la Communication

Salle des États Dîner de la com

axé sur la thématique Communication et gastronomie.

En ouverture de la soirée, Pascal PICQ, paléo-anthropologue au Collège de France fera une brève conférence « Du goût des singes au goût des hommes ».

Dîner placé sous la présidence d'honneur de François REBSAMEN, maire de Dijon, président de la Communauté d'Agglomération de Dijon (COMADI).



Programme

Le programme de votre journée : composer votre menu... à la carte. Pour vous aider à choisir : les « Parcours » sont conçus en 3 temps pour faire le tour d'une question et approfondir la discussion; les « Ateliers », plus technique, sont conçus pour apporter méthodes et outils.

	PARCOURS			ATELIERS		ATELIERS TIC
9h30	Communiquez est-ce forcément manipuler ?					
10h30	Faire évoluer les comportements	Conforter l'attractivité	S'inscrire dans une démarche qualité	Commander et réaliser un audiovisuel	Construire des opérations «mémoire»	Etablir le cahier des charges d'un site
11h30						TIC et handicaps
12h	Déjeuner					
12h30						
14h30	Faire évoluer ... suite	Conforter l'attractivité suite	S'inscrire dans une... suite	Le recrutement vecteur de communication	Communiquer sur un budget	Animer un intranet
15h						
15h30						
16h	Les enjeux pour la communication publique					
16h30	Communication publique en Europe					
17h						
18h30						
20h	Remise du Grand Prix					
	Dîner de la com'					

Programme arrêté au 8 octobre 2004, susceptible de modifications. Mise à jour sur le site.

Journee 2

Jeudi 2 décembre

Petit-déjeuner

8h 30

La communication des Collectivités Locales : quelle place pour le média courrier ?

La Direction du courrier du groupe La Poste présente les résultats d'une étude qui recense les besoins des élus en matière de communication par courrier. A cette occasion, elle dévoile sa nouvelle gamme de solutions spécifiquement adaptée aux besoins des élus et des collectivités locales.

- Isabelle MICHEU, directrice du marché secteur public, direction du courrier du groupe La Poste.
- Julien SAVINO, directeur associé, Agence Secteur Public.

Carrefours (9h00 - 11h45)

Communication et gouvernance

- Pilotes : Charles-Marie BORET, directeur de la communication de la Communauté urbaine de Bordeaux et Anne-Claude MILLET, directrice de la communication de la CCI de Rennes.

De la visibilité des institutions à la lisibilité des décisions et à la compréhension des projets, quelle place pour la communication ? Comment la situer entre l'incarnation des leaders et la pédagogie des institutions ? Comment toucher le citoyen-usager-consommateur tellement sollicité ? Comment expliquer et, parfois, justifier les décisions ? Comment répondre aux demandes de participation sans se perdre dans les intérêts particuliers et susciter l'adhésion à des projets ?

- Définition de la gouvernance
par Gilles VRAIN, ADELS.
- Les attentes de l' élu
par Christophe SIRUGUE, président du Conseil général de Saône-et-Loire.
- Importance des « signes » et symbolique des supports
intervention d'un sémiologue.
- Des outils pour cerner les attentes et mesurer les progrès
par Alain RENAUDIN*, directeur du marketing de l'IFOP.
- Approches événementielles et marketing
par Lionel CHOUGHAN, PDG de l'agence Le Public Système.

Séquences éclairées par les expériences et témoignages de directeurs de communication sur leur démarche

- Avec Anne-Claude MILLET, directrice de la communication de la CCI de Rennes, Charles-Marie BORET directeur de communication de la Communauté urbaine de Bordeaux, et Jacques MOISSE, directeur de communication de la Région Wallonne.

* sous réserve

Communication et gouvernance numérique

- Pilote : Michel FAUCHIÉ, chargé de mission TIC Cap'Com.

En évoluant du site web vers les téléprocédures et la médiation électronique, comment les services publics locaux organisent-ils la communication d'accompagnement ? Comment les directeurs de communication, jusque-là grands absents de l'administration électronique, vont-ils s'inscrire dans une démarche qui transforme les relations avec les usagers ou les citoyens ?

- Essai de définition de la gouvernance numérique et de son contexte
par Gérard LOISEAU, chercheur au CNRS, Bernard CORBINEAU, universitaire, directeur du MITIC à l'université de Marne-la-Vallée, François ELIE, président de l'Adullact.

- Une expérience : la mise en oeuvre du programme e-bourgogne : méthodologie, résultats
par Martine VANDELLE, conseillère régionale de Bourgogne, chargée de la mise en oeuvre du programme « e-bourgogne » et Catherine FOURNIER, directrice de la communication au Conseil régional de Bourgogne.

- L'e-administration : ce qui change dans la communication publique
avec l'ADAE.

- Débat : l'e-administration a changé quelque chose dans les pratiques d'animation et de démocratie locale. Quel est le rôle des professionnels de la communication ? La gouvernance sera-t-elle numérique ou non ?

- Présidé par Pierre de la COSTE, auteur du rapport « L'hyper république : bâtir l'administration en réseau autour du citoyen ».

Ateliers

9h00 - 10 h 30

Construire une identité visuelle

L'identité des territoires : au delà du logotype... Le changement d'échelle et d'organisation des villes, les évolutions du lien social au territoire, le rôle de l'image dans notre société ont modifié les enjeux de la représentation d'une ville et rendue difficile sa perception. Plus que jamais, l'identité d'un territoire participe à sa définition en même temps que la ville devient un niveau-clé de l'organisation territoriale et sociale. L'identité d'une ville, d'un territoire ne peut se réduire au seul logo. Le design graphique en ouvrant perspectives, problématiques et réflexions autour du signe et du discours permet d'élargir le propos. Quelle variété de réponses (typographie, ligne graphique...) apporter à une demande d'identité urbaine ?

- Etienne HERVY, Revue Étapes.
- Georges VERNEY-CARRON, groupe Communiquez.

9h00 - 10 h 30

Développement économique et rénovation urbaine

Les sites ZFU et en rénovation urbaine deviennent des territoires de la communication économique à part entière. Cette mutation détermine une nouvelle logique d'appréhension de la communication au sein et à l'extérieur de la collectivité territoriale : comment susciter un intérêt accru pour les questions économiques de ces territoires ? Comment valoriser l'identité dynamique qu'ils veulent se donner pour devenir des pôles de ressources économiques ? Comment s'adresser en même temps aux habitants, aux entreprises et aux investisseurs ?

- Caisse des dépôts et consignations.*
- François OHL, consultant.

Programme

Le programme de votre journée : composer votre menu... à la carte. Pour vous aider à choisir : les « Carrefours » sont conçus comme des temps de réflexion autour d'une question examinée sous des angles professionnels différents ; les « Ateliers », plus techniques, sont conçus pour apporter méthodes et outils.

8h30	Petit déjeuner			
	CARREFOURS		ATELIERS	
9h				
10h30	Communication et gouvernance	Communication et gouvernance numérique	Identité visuelle	Com. et développement économique urbain
12h			Le territoire comme une marque	Le goût vecteur de communication
13h	Conférence de Jean-Marc AYRAULT			
14h30	Déjeuner			
17h	La communication dans la gouvernance institutionnelle			

Programme arrêté au 8 octobre 2004, susceptible de modifications. Mise à jour sur le site.

Plénières

10h30 – 12 h 00

Le territoire comme une marque

Un territoire peut-il être considéré et donc, communiquer comme une marque, entrant ainsi dans une logique concurrentielle? Méthodes et moyens. Examen et discussion des aspects positifs et négatifs de la démarche au crible de l'expérience de directeur de communication et d'agences.

- Atelier élaboré en partenariat avec la délégation corporate de l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC)

10h30 – 12 h 00

Le goût vecteur de communication

Image et imaginaire alimentaires comme vecteurs de communication. Que faut-il regrouper dans l'assiette institutionnelle et publique du goût et de l'alimentation pour la communication d'une ville? La communication autour du goût peut-elle dépasser les valeurs de tradition et de folklore gastronomique? Comment développer des actions de communication autour du goût? Quelles sont les expériences émergentes sur ce terrain en France et à l'étranger?

- Jean-Jacques BOUTAUD, professeur des universités, auteur de « L'imaginaire de la table » et de « Convivialité, commensalité et communication »

12h00 – 13h00

Jean-Marc AYRAULT grand témoin

Qu'attendent les élus des communicants? Comment, avec eux, construire une bonne stratégie de communication? Comment les élus conçoivent leurs rapports avec leur service de la communication? Peut-il y avoir opposition de points de vue ou opposition d'intérêts? Quels sont les grands enjeux de la communication territoriale aujourd'hui? Autant de questions posées ouvrant sur un dialogue avec la salle.

- Par Jean-Marc AYRAULT, député-maire de Nantes, président de la Communauté urbaine Nantes-Métropole.



13h00

Déjeuner avec le Conseil général de la Côte d'Or

Placé sous la présidence d'honneur de Louis de BROISSIA, président du Conseil général de Côte d'Or.

14h30-17h00

La communication dans la gouvernance institutionnelle

Communicants publics : où en est-on? Quelle légitimité pour la fonction communication? Une réflexion avec des élus, des responsables de services administratifs, des universitaires, des partenaires d'action publique sur la communication dans « la gouvernance interne » passée au crible de cinq thématiques.

Une séance rythmée entre confrontations, enquêtes, sondages et débats avec la salle.

Animée par

- Frédéric VASSE, directeur adjoint de la communication Communauté urbaine Nantes-Métropole.

- Dominique MEGARD, déléguée générale de Cap'Com.

Présentation d'enquêtes, commentaires et synthèse par

Jacques BONNET, professeur en sciences de la communication et en management Enesad et université de Bourgogne Directeur de recherches au Limsic (Laboratoire de recherche sur l'Image, les médiations et le sensible en information-communication).

1 - Prestataire ou expert : quel positionnement pour les services communication ?

a) Enquêtes métiers 2004 : Public(s), la communication territoriale

b) Enquête métier dans les Chambres consulaires réalisée par Cap'Com avec Sciences' Com

c) Les fiches métiers proposées par le groupe de travail du CNFPT.

2 - La communication intercommunale : quelles spécificités ?

Enquête réalisée par les étudiants du MASCI (Master Stratégies de Communication Internationale) de Dijon avec l'appui de Jean DE LEGGE (TMO-Région) en partenariat avec l'ADCF.

3 - Comment les autres services et les élus perçoivent la communication ?

La communication vue par les directeurs généraux et les directeurs de cabinet (Enquête d'OpinionWay).

4 - Les budgets de la communication : transparence ou jeu de cache-cache ?

Comparer les budgets de la communication : une étude inédite de Tereko.

5 - Nouveaux communicants : quel est l'impact de la professionnalisation ?

Sortir d'une école, venir d'une entreprise : commentaires d'universitaires, de professionnels du public et du privé.

Avec les interventions et les témoignages de : François Xavier DUBOURG, vice-président du Conseil général de la Côte d'Or, Sandrine LEVEQUE-AGRIKOLANSKI, directrice du DESS Paris I Sorbonne, Guy LORANT, conseiller spécial du président de la Communauté urbaine de Nantes-Métropole, Hélène JOLY, responsable de la communication de Chambéry, Pierre-Alain DOUAY, délégué général de « Communication Publique », Michel CLOUIN*, CNFPT, Dominique TRUY, directeur général adjoint des services (Lorient) et bien d'autres... dont vous.

Cap'Com : propos de dircom

« La première fois que je suis allée à Cap'Com, c'était parce que j'étais lauréate du Grand-Prix de la Communication publique. La seconde année, j'étais membre du jury. À chaque fois, j'ai pu rencontrer des professionnels de la communication publique et développer ainsi mon réseau personnel ».
Kristel HAMON, responsable de communication de l'Office public HLM de Montreuil.

« Je trouve que les rencontres s'améliorent. Les thèmes retenus sont toujours en phase avec les interrogations de notre profession. Je reviens donc à Cap'Com. Les lieux d'accueil du Forum sont d'ailleurs toujours très bien. Ce n'est pas négligeable. »

Wilfrid GERBER, directeur de communication du CIG de la Petite Couronne - Ile de France.

« Je viens à Cap'Com pour rencontrer des collègues. C'est une excellente occasion. C'est aussi l'occasion de faire le point sur l'évolution de notre profession. Cap'Com nous permet également de sortir du quotidien, de prendre un peu de distance par rapport aux choses. C'est quelque chose de tout à fait nécessaire dans notre profession »

Vincent NUYS, directeur de communication de la ville de Besançon.

« J'aime venir à Cap'Com pour rencontrer la profession. C'est un moment fort dans l'année. Cela me permet également de faire le point sur les questions d'actualité de notre métier. On peut parler de tous nos problèmes, directement et échanger avec simplicité »

Yves CHARMONT, directeur de communication de la ville de Saint-Priest.

« Je n'ai pratiquement raté aucun Cap'Com depuis 1988. C'est pour moi l'occasion de faire le point sur ce que j'appellerai l'état de l'art, l'évolution de la profession. Cela permet aussi à la fois de se rassurer et de se confronter à d'autres qui ont les mêmes préoccupations »

Geneviève MANOIS, directrice de communication du Conseil général de l'Hérault.

« Ce qui m'intéresse c'est surtout le Grand-Prix. Nous participons à ce concours afin de nous positionner par rapport à la communication en général. C'est aussi le moyen de savoir ce qui se fait dans les autres collectivités. De plus, cela nous permet d'avoir le point de vue de professionnels de la communication publique sur nos propres productions »

Mathieu TRAISNEL, Communauté de communes d'Eure-Madrie-Seine.

Pour vous rendre au Cap'Com de Dijon, rien de plus facile !

Depuis l'Ouest, le Nord ou la région parisienne : 15 allers-retours quotidiens en TGV au départ de Paris Gare de Lyon
Depuis Lyon : 15 allers-retours quotidiens en train
Depuis Marseille : 2 allers-retours quotidiens en TGV
Depuis Strasbourg : 3 heures en voiture.

Le Palais des Congrès est situé à proximité du centre-ville de Dijon, à 10 mn de la gare en taxi, 20 mn en bus.

Organisateurs et partenaires de Cap'Com mettront tout en œuvre pour faciliter vos déplacements lors de votre séjour dans la ville.

Pour vous inscrire

1 journée :
pour toutes catégories 420 E TTC

2 journées :
• collectivités de moins de 10 000 habitants 435 E TTC
• collectivité de 10 000 habitants à 50 000 habitants 570 E TTC
• collectivités de plus de 50 000 habitants, administrations, associations, agences 700 E TTC
• Etudiants, chômeurs 100 E TTC

Soirée Cap'Com offerte
Inscription obligatoire.
Nombre de places limitées

Actes du colloque 35 E TTC

Inscription en ligne : www.cap-com.org

Toute inscription en ligne est définitive. Toute annulation doit être formulée par écrit avant le 17 novembre 2004. Avant cette date, il sera procédé au remboursement de l'inscription sous déduction d'une somme de 100 euros TTC pour frais de dossier. Après cette date et quelle que soit la cause de l'annulation, le signataire s'engage à régler intégralement sa participation et aucun remboursement ne pourra être effectué. Le participant pourra cependant se faire remplacer.

www.cap-com.org

Renseignements et contacts :
Cap'Com,
79 rue Hippolyte Kahn
69100 Villeurbanne.
Tél. : 04 72 65 64 99
Fax : 04 72 65 66 80

Attestation de présence et convention de formation sur demande.

Pour organiser votre déplacement : liste d'hôtels sur le site www.cap-com.org

Office de Tourisme de Dijon
tel : 03 80 44 11 44
fax : 03 80 30 90 02
mail : info@dijon-tourism.com

Inscription en ligne : www.cap-com.org



Avec le concours de :



Avec le soutien de :

Conseil général de Saône-et-Loire, Conseil général de l'Yonne, Association des Districts et Communautés de France (ADCF), Association pour la démocratie et l'éducation locale et sociale (ADELS), Communication publique...

CAP'
COM
2 0 0 4