AMPCV
Association des Maires et Présidents de Communautés de Vendée
Maison des Communes

Formation élus 2027

Communication publique et numérique : maîtriser la logique médiatique, l'e-réputation et les réseaux sociaux

Comprendre les mécanismes des médias, du numérique et des réseaux sociaux afin de renforcer son influence et sa crédibilité publique.
En deux jours intensifs complétés par un suivi mensuel, chaque participant construit une présence numérique cohérente, sécurisée et adaptée à ses responsabilités.

Fiche d'identité de la formation

• Public visé : dirigeants de TPE/PME, cadres dirigeants, entrepreneurs, élus. Étudiants ou jeunes diplômés préparant un concours, un entretien ou une présentation publique, ainsi que toute personne désireuse de renforcer sa présence et son impact à l'oral.
• Prérequis : aucun.
• Durée totale : 14 heures (2 jours).
• Format : présentiel ou distanciel synchrone.
• Formateur : Hervé Le Roch, dirigeant, journaliste, professionnel de la logique médiatique.
• Tarif : 1 500 € HT par jour de formation (groupe de 4 à 8 participants), soit 3 000 € HT pour les deux jours
• Forfait de suivi : 450 € HT par personne
  - Échanges réguliers jusqu'à une heure par mois sur six mois, comprenant la relecture des messages, l'ajustement de la stratégie et l'analyse de l'e-réputation.

• Éligibilité : formation intra-entreprise ou inter, certifiée Qualiopi, finançable via OPCO ou sur fonds propres.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :
• Comprendre la logique médiatique contemporaine et les attentes des journalistes, des médias numériques et des audiences connectées.
• Identifier les réseaux sociaux pertinents, leurs codes, leurs usages professionnels et leurs risques.
• Maîtriser les enjeux d'e-réputation, anticiper les crises et développer une présence numérique cohérente.
• Produire des contenus adaptés (texte, photo, vidéo) en utilisant les outils classiques et l'IA générative de manière responsable.
• Structurer une organisation interne de communication, planifier, suivre et analyser les actions digitales.
• Optimiser leur communication personnelle et institutionnelle dans un contexte public, politique ou décisionnel.
• Pour les élus : connaître les leviers légaux mobilisables face aux publications intempestives de l'opposition et choisir la stratégie de réponse adaptée.

Toute autre utilisation, reproduction, diffusion, publication ou retransmission du contenu est strictement interdite sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur.

Programme détaillé (2 jours)

Jour 1 : comprendre la logique médiatique et les réseaux sociaux

Matinée : 9h00–12h30

Module 1 : Logique médiatique et communication d'influence

- Comment fonctionne un média : hiérarchie de l'information, timing, angles.
- Les critères d'intérêt journalistique : storytelling, conflictualité, incarnation.
- Différences entre communication publique, politique et institutionnelle.
- Relations avec la presse : bonnes pratiques, erreurs fréquentes, gestion d'un entretien.

Module 2 : Panorama des réseaux sociaux

- Les plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok, YouTube.
- Quel réseau pour quel objectif ? (notoriété, proximité, expertise, engagement citoyen).
- Décrypter les algorithmes, les formats, les tendances.
- Spécificités pour les décideurs et les élus : posture, responsabilité, confidentialité.

Après-midi : 14h00–17h30

Module 3 : E-réputation et gestion des risques

- E-réputation : construction, surveillance, amélioration.
- Facteurs de crise numérique : signaux faibles, amplification, réactions en chaîne.
- Mise en place d'un protocole d'alerte et d'une stratégie de réponse.
- Études de cas réels (collectivités, entreprises, personnalités publiques).

Focus élus : répondre légalement aux publications de l'opposition sur les réseaux sociaux

Question traitée en atelier : quelles actions un maire peut-il mettre en oeuvre pour contrer légalement les informations intempestives diffusées par l'opposition sur les réseaux sociaux, et quelle stratégie de réponse adopter ?

- Cadre juridique applicable
- Leviers d'action
- Limites à connaitre
- Stratégie de réponse

Atelier pratique

- Analyse en direct de la présence numérique des participants (sur la base du volontariat), identification des forces et des zones à risque.
- Étude de cas réels d'attaques d'opposition municipale sur les réseaux sociaux et construction collective d'une grille de décision : répondre, ignorer, signaler ou engager une procédure.

Toute autre utilisation, reproduction, diffusion, publication ou retransmission du contenu est strictement interdite sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur.

Jour 2 : produire, planifier et maîtriser les outils numériques

Matinée : 9h00–12h30

Module 4 : Produire du contenu efficace

• Écriture web et communication d'autorité : clarté, concision, storytelling.
• Utilisation de l'IA pour rédiger (posts, discours, communiqués).
• Initiation à la prise de vue photo et vidéo avec smartphone.
• Formats incontournables pour performer sur les réseaux sociaux : reels, shorts, carrousels, vidéos verticales.
• Trame éditoriale pour dirigeants et élus.
Atelier : réalisation d'une courte vidéo et rédaction d'un post complet optimisé.

Après-midi : 14h00–17h30

Module 5 : Organisation, suivi et pilotage
• Construire un plan éditorial.
• Outils de suivi : tableaux de bord, analyse statistique.
• Coordination avec l'équipe, l'attaché de presse ou le chargé de communication numérique.
• Mise en place d'un calendrier de communication mensuel.

Module 6 : Mise en situation globale
• Simulation : gestion d'une prise de parole, création d'un plan de communication complet.
• Débriefing collectif et individuel.

Méthodes et modalités pédagogiques

• Apports théoriques structurés, illustrés par des exemples actuels.
• Études de cas réels liés aux organismes publics, aux entreprises et aux élus.
• Ateliers pratiques : rédaction, création vidéo et photo, analyse de profils sur les réseaux sociaux.
• Mises en situation : entretien média, gestion de crise, réponse en ligne.
• Échanges individualisés pour adapter les contenus aux responsabilités de chaque participant.
• Utilisation encadrée de l'IA (éthique, limites, bonnes pratiques).

Moyens et supports pédagogiques

• Salle équipée (vidéoprojecteur, accès Internet).
• Smartphones des participants ou matériel photo et vidéo fourni.
• Ordinateurs portables pour le travail sur l'IA, les tableaux de bord et la rédaction.

AMPCV

Toute autre utilisation, reproduction, diffusion, publication ou retransmission du contenu est strictement interdite sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur.

Modalités d'évaluation

Avant la formation

• Questionnaire de positionnement pour calibrer le contenu.

Pendant la formation

• Exercices pratiques évalués (post sur les réseaux sociaux, vidéo, mini-plan éditorial).
• Observation lors des ateliers et des mises en situation.

Après la formation

• Évaluation finale via un cas pratique global.
• Questionnaire de satisfaction à chaud.
• Suivi mensuel : retours d'analyse des actions menées, correction et amélioration.

Livrables et traçabilité

• Feuille d'émargement conforme.
• Programme détaillé remis aux participants.
• Modèles personnalisables : plan éditorial, grille de veille et d'e-réputation, checklist « prise de parole médiatique », modèles pour la publication numérique.
• Compte rendu individuel (optionnel) issu des ateliers.
• Synthèse des échanges lors du suivi mensuel (trace écrite si souhaitée).

Résultats attendus

À l'issue du parcours complet (formation et accompagnement), les participants sont capables de :

• Clarifier leur stratégie de communication en fonction de leurs responsabilités.
• Renforcer leur légitimité dans un environnement médiatique exigeant.
• Piloter une présence numérique maîtrisée et cohérente.
• Produire des contenus professionnels de manière autonome (texte, photo, vidéo).
• Utiliser l'IA comme un outil d'optimisation, et non de substitution.
• Anticiper et gérer les risques réputationnels, y compris face à l'opposition politique sur les réseaux sociaux.
• Structurer une organisation de communication efficace et durable.

Volet de suivi mensuel

Objectifs :

• Ajuster la stratégie numérique.
• Optimiser les publications et les messages clés du mois.
• Accompagner un événement, un projet ou une actualité sensible.
• Suivre la progression de la notoriété et proposer des axes d'amélioration.
• Développer la posture publique du dirigeant, du décideur ou de l'élu.

Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.
Un entretien préalable permet d'adapter le déroulement (temps, supports, modalités) en fonction des besoins spécifiques.

Toute autre utilisation, reproduction, diffusion, publication ou retransmission du contenu est strictement interdite sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur.

ASSOCIATION DES MAIRES ET PRÉSIDENTS DE COMMUNAUTÉS DE VENDÉE
Maison des Communes de la Vendée
65 rue Kepler – CS 60239 – 85006 La Roche-sur-Yon cedex
Tél. : 02 53 33 01 39 – e-mail : asso.maires@cdg85.fr
www.maisondescommunes85.fr