



LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

CATALOGUE DE FORMATIONS 2016-2017

DÉVELOPPEZ
VOTRE EXPERTISE EN
COMMUNICATION
INTERNE !

2 Découvrir les tendances et réaliser
une veille métier :

FORMATIONS TENDANCES ET PRATIQUES

- 3 Intranet collaboratif et réseau social d'entreprise
- 4 Tendances et nouvelles pratiques de communication interne
- 5 Comment rendre vos managers communicants ?
- 6 La communication interne, levier de la transformation digitale
- 7 Ecouter pour renforcer la communication interne
- 8 Responsabilité sociétale d'entreprise : quel rôle pour la communication interne ?
- 9 Informations pratiques

10 (Re)découvrir les fondamentaux
de la communication interne

CYCLE DE FORMATION

COMMUNICATION INTERNE :

FONDAMENTAUX ET NOUVEAUX ENJEUX

- 10 Présentation
- 11 Programme
- 13 Informations pratiques

14 Développer son expertise métier

FORMATIONS EXPERTISE

- 14 Présentation
- 15 Développer la performance de sa communication interne
- 17 Communiquer les résultats économiques et financiers
- 19 Accompagner le changement
- 21 L'apport des sciences sociales pour intervenir et communiquer dans les transformations
- 23 Conseiller les managers et les dirigeants pour développer la dimension stratégique de la communication interne
- 25 Informations pratiques

Plus que jamais, les professionnels de la communication doivent réinventer chaque jour leur métier afin de s'adapter aux transformations, nombreuses et rapides, de leurs organisations.

Pour cela, ils ont besoin de rester en veille sur les tendances et nouvelles pratiques de communication, de trouver de l'inspiration pour leurs projets, mais aussi de consolider leurs fondamentaux métier. Ceci afin de renforcer leur capacité de pilotage de la fonction, de conseil au management et d'accompagnement des salariés.

C'est pourquoi l'Afci a souhaité renouveler son offre de formations et l'organiser autour de trois grands axes : la veille et le benchmark (formations *Tendances et pratiques*) , la consolidation des fondamentaux métier (Cycle *Communication interne : fondamentaux et nouveaux enjeux*) et le développement des capacités de pilotage et de conseil (nouvelles formations *Expertise*).

FORMATIONS TENDANCES ET PRATIQUES

Les formations *Tendances et pratiques* succèdent aux Universités Afcî de la communication interne ; elles proposent aux professionnels de la communication une veille sur les tendances du secteur et un benchmark des pratiques professionnelles.

Chacune de ces formations explore les différentes facettes d'une thématique à travers des témoignages de professionnels.

Des éclairages d'experts (consultants, chercheurs,...) et des ateliers viennent compléter ces retours d'expériences.

Leur vocation est d'offrir un espace et un temps de partage entre communicants. Chacun peut ainsi s'enrichir de l'expérience des intervenants, mais aussi de celle des autres participants.

À qui s'adresse ces formations ?

- les directeurs, responsables et chargés de communication,
- les directeurs, responsables et chargés de communication interne,
- les directeurs et responsables des ressources humaines,
- les consultants et experts,
- toute personne souhaitant professionnaliser ses pratiques de communication.

Les atouts des formations *Tendances et pratiques* :

- des programmes construits sur l'expérience professionnelle, en prise directe avec les pratiques et les enjeux des responsables communication,
- une veille permanente sur les problématiques émergentes et les tendances métier,
- une connexion directe aux autres activités de l'Afcî (études, publications, événements, ...) et une ouverture vers son réseau de près de 500 membres,
- l'accent mis sur le partage et l'échange, dans une atmosphère conviviale.

INTRANET COLLABORATIF ET RÉSEAU SOCIAL D'ENTREPRISE

Date :

jeudi 29 septembre 2016

De plus en plus d'entreprises font évoluer leurs intranets classiques vers des plateformes collaboratives ou des réseaux sociaux internes. Ces nouveaux outils contribuent à la performance de la communication et, plus globalement, des organisations.

Comment accompagner ces nouveaux usages collaboratifs et susciter l'interactivité ?

Comment faire évoluer votre dispositif de communication interne en intégrant ces usages et potentialités nouveaux ?

Quels sont les leviers réellement efficaces ?

Objectifs :

- **découvrir les bonnes pratiques en matière de mise en place et d'animation d'un intranet collaboratif ou d'un réseau social interne,**
- **repenser le rôle du communicant interne à l'heure de la digitalisation de la communication.**

Les points forts de cette formation :

- la possibilité de partager les expériences des entreprises les plus avancées dans le domaine des intranets collaboratifs et des réseaux sociaux internes,
- les approches croisées de consultants, de professionnels de la communication et de professionnels des RH.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > **Formations** > **Tendances et pratiques**. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

TENDANCES ET NOUVELLES PRATIQUES DE COMMUNICATION INTERNE

Date :

jeudi 17 novembre 2016

Pour demeurer performante et répondre aux nouveaux enjeux, la communication interne doit de se renouveler. Cela implique de développer une veille sur son environnement métier pour conserver toujours une longueur d'avance.

Quelles sont aujourd'hui les tendances, les pratiques émergentes de communication ?
Comment trouver de l'inspiration à l'extérieur, mais aussi renforcer ses propres capacités créatrices ?
Comment faire évoluer ses actions en fonction des nouvelles attentes et usages des salariés ?

Objectifs :

- proposer une sélection de tendances métiers, en les mettant en rapport avec les nouveaux enjeux de communication interne,
- donner des clefs aux communicants pour renouveler leurs dispositifs.

Les points forts de cette formation :

- la veille métier réalisée par l'Afci, à travers son réseau de près de 500 membres,
- l'atelier proposé pour développer sa propre créativité.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et pratiques. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

COMMENT RENDRE VOS MANAGERS COMMUNICANTS ?

Date :
jeudi 19 janvier 2017

La communication managériale est un levier clef de performance de la communication interne. Mais comment aider les managers dans cette nouvelle mission de communicants ?

Comment créer les conditions favorables au développement d'une communication managériale ?

Comment bien articuler les dispositifs RH et communication ?

Comment faire vivre, au quotidien, cette communication de proximité du manager avec son équipe ?

Objectifs :

- **comprendre les enjeux de la communication managériale,**
- **clarifier les rôles et les interactions des acteurs,**
- **aider les communicants à se positionner comme conseil auprès des managers,**
- **concevoir des méthodologies et des outils de communication managériale.**

Les points forts de cette formation :

- l'équilibre entre analyse et témoignages concrets,
- l'enrichissement par les réflexions et travaux menés depuis plus de 10 ans par l'Afci sur ce sujet.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > **Formations > Tendances et pratiques**. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

LA COMMUNICATION INTERNE, LEVIER DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

Date :

jeudi 9 mars 2017

La transformation digitale de l'entreprise est bien plus qu'une affaire d'outils et d'équipement. Il s'agit bien d'une profonde évolution des modes de management, de collaboration, d'apprentissage... mais également des organisations. Autant d'enjeux humains et culturels qui placent la communication au cœur de cette transformation. Du partage de la vision à l'accompagnement des nouveaux usages, tour d'horizon du rôle de la communication interne.

Objectifs :

- **comprendre les enjeux et impacts de la transformation digitale sur l'entreprise, son organisation, ses métiers,**
- **bien appréhender la place de la communication dans les nouvelles formes de management et de collaboration.**

Les points forts de cette formation :

- des clefs pour construire une vision globale de la transformation digitale de son organisation,
- des retours d'expériences d'entreprises avec une maturité digitale forte.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > **Formations > Tendances et pratiques**. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

ÉCOUTER POUR RENFORCER LA COMMUNICATION INTERNE

Date :
mardi 16 mai 2017

Écouter les salariés pour les comprendre, les comprendre pour agir constituent les fondamentaux de la mission du responsable de communication interne.

Quelles formes l'écoute peut-elle prendre ?
Comment en faire une démarche régulière, constructive, permettant d'améliorer la performance globale de l'entreprise ?

Objectifs :

- **identifier les conditions à respecter et les écueils à éviter pour rendre les dispositifs d'écoute efficaces,**
- **mettre en évidence la complémentarité entre écoute formelle et informelle.**



Les points forts de cette formation :

- les apports méthodologiques et pratiques,
- le croisement des expertises communication et RH.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > **Formations > Tendances et pratiques**. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE : QUEL RÔLE POUR LA COMMUNICATION INTERNE ?

Date :

mardi 4 juillet 2017

Les démarches RSE sont de plus en plus intégrées aux systèmes de production, de management, de relations avec les parties prenantes des entreprises. Pour certaines, elles viennent même s'ancrer au cœur de leur modèle économique. Il s'agit donc d'une transformation majeure. Comment sensibiliser et mobiliser les salariés autour de ces enjeux et de ces démarches RSE ? Comment construire une communication de changement qui conjugue principes et actions ?

Objectifs :

- maîtriser les enjeux RSE et savoir les traduire dans la communication de son entreprise,
- comprendre comment la communication interne peut être un levier de changement,
- savoir construire une communication de preuve, sur le long terme.

Les points forts de cette formation :

- l'articulation avec d'autres thèmes de communication interne (communication managériale, accompagnement du changement, ...),
- des clefs pour établir un diagnostic sur les freins et les leviers au sein des organisations.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session : www.afci.asso.fr > **Formations** > **Tendances et pratiques**. Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne et sur demande auprès de la délégation générale).

Informations pratiques

► Modalités d'inscription

Toute admission à une formation est soumise à une inscription préalable. Le formulaire d'inscription est disponible en ligne : www.afci.asso.fr > Formations > Formations *Tendances et pratiques*

Il peut être renvoyé par mail (contact@afci.asso.fr), ou par courrier (67 rue de Chabrol, 75010 Paris).

Un mail de confirmation d'inscription vous sera envoyé à la réception de votre demande.

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, l'Afci s'engage à ne pas diffuser à l'extérieur les informations qui vous sont demandées pour votre inscription.

► Lieu de la formation

Toutes les formations *Tendances et pratiques* sont organisées à :

l'Espace La Rochefoucauld
11 rue La Rochefoucauld
75009 Paris

► Tarifs

Ce tarif inclut les frais pédagogiques, ainsi que les frais de restauration (déjeuners et pauses).

Les participants recevront un dossier comprenant un ensemble de supports pédagogiques : référentiels, fiches pratiques, articles, ...

Tarif adhérent :

1 jour : 680 € HT (816 € TTC)

Tarif non-adhérent :

1 jour : 790 € HT (948 € TTC)

► Règlement

Le bon de commande et le règlement sont à établir à l'ordre de l'Afci.

Le règlement peut être effectué par chèque ou par virement, à l'ordre de l'Afci.

Coordonnées bancaires Afci

Domiciliation :

CCM ARTDONYS

Banque	Guichet	Compte	Clé
10278	06072	00012262245	01

IBAN : FR76 1027 8060 7200 0122 6224 501

BIC : CMCIFR2A

Ce cursus de formation peut être pris en charge par le budget formation de l'entreprise. Il doit permettre au communicant de développer ses compétences professionnelles par l'acquisition de nouveaux savoirs. N° de formation : 11 75 23006 75.

A l'issue de la formation, l'Afci vous fera parvenir une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée, ainsi qu'une attestation de présence.

► Conditions d'annulation

Toute annulation d'inscription doit parvenir à l'Afci par écrit au plus tard 10 jours avant la première journée de formation. Passé ce délai, vous recevrez une facture du montant de l'inscription. Le participant peut se faire remplacer en communiquant par écrit le nom et les coordonnées du remplaçant à contact@afci.asso.fr.

L'Afci se réserve le droit d'annuler, de reporter cette formation ou de modifier le contenu du programme ou le lieu, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

CYCLE DE FORMATION **COMMUNICATION INTERNE :** **FONDAMENTAUX ET NOUVEAUX ENJEUX**

La fonction de responsable de communication interne s'appuie sur un socle de compétences et de connaissances indispensables, mais aussi sur la capacité à développer une posture d'écoute et de conseil.

Ce cycle de formation en trois jours vous propose de (re)découvrir ces fondamentaux du métier, à partir des cinq missions définies dans *Le référentiel Afcï de la communication interne* :

- le pilotage de la fonction communication interne,
- l'écoute et la compréhension du corps social,
- la production de l'information interne,
- le conseil au management,
- le développement de la dynamique collective.

A qui s'adresse cette formation ?

- des professionnels évoluant ou ayant évolué récemment vers une fonction de responsable communication interne,
- des chargés ou responsables communication interne souhaitant consolider leurs connaissances et compétences.

Pour favoriser les échanges, le nombre de participants sera limité à 10 personnes.

Session 1 :

jeudi 1er et vendredi 2 décembre 2016 /
vendredi 27 janvier 2017

Session 2 :

jeudi 23 et vendredi 24 mars 2017 /
vendredi 19 mai 2017

Les atouts de cette formation :

- **l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,**
- **un focus sur les tendances et les nouvelles pratiques (communication managériale, réseaux sociaux internes, ...),**
- **une formation orientée vers l'action : élaboration d'un plan d'action individuel,**
- **une ouverture vers le réseau Afcï : parrainage par un membre du Conseil d'administration, transmission de documents produits par l'association...**

**CETTE FORMATION PEUT ÊTRE
DÉCLINÉE EN « INTRA »
AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE**

Nous contacter pour toute demande : 01 47 07 63 01
contact@afci.asso.fr

PROGRAMME

1^{ère} journée

« Le rôle et les enjeux de la fonction Communication interne »

Le rôle de la communication interne au sein d'une organisation et les enjeux pour le responsable communication interne

Quelques thèmes abordés : donner du sens à la stratégie de l'entreprise, accompagner le management, anticiper et accompagner les changements.

Élaborer la stratégie de communication interne et la mettre en œuvre

Quelques thèmes abordés : piloter la réalisation du dispositif de communication interne, concevoir le plan de communication, réaliser un audit de communication.

Écouter et comprendre le corps social

Quelques thèmes abordés : réaliser une étude d'opinion interne, développer une écoute informelle.

2^{ème} journée

« Le responsable communication interne : conseil interne »

Conseiller le management

Focus sur la communication managériale : définition, finalités, modalités.

Manager son équipe et piloter la fonction

Quelques thèmes abordés : manager l'équipe de communication interne, animer et gérer le réseau des communicants, négocier et élaborer les budgets de communication interne

Elaboration du plan de travail personnel

3^{ème} journée

« Développer une dynamique collective »

Retour et analyse des plans d'actions individuels

Développer la dynamique collective dans son entreprise

Quelques thèmes abordés : faire vivre et évoluer la culture interne, mettre en place et animer un réseau social d'entreprise, créer des événements, ...



Formatrice :

Florence Garrigues,
consultante et formatrice
en communication,
précédemment responsable
de la communication interne
et managériale dans un
grand groupe industriel.

Informations pratiques

► Modalités d'inscription

Toute admission à cette formation est soumise à une inscription préalable. Le formulaire d'inscription est disponible en ligne : www.afci.asso.fr > Formations > Formation *fondamentaux métier*

Il peut être renvoyé par mail (contact@afci.asso.fr), ou par courrier (67 rue de Chabrol, 75010 Paris). Un mail de confirmation d'inscription vous sera envoyé à la réception de votre demande.

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, nous nous engageons à ne pas diffuser à l'extérieur les informations qui vous sont demandées pour votre inscription et sont destinées aux services de l'Afci.

► Lieu de la formation

La formation sera organisée à :
l'Afci, 67 rue de Chabrol, 75010 Paris

► Tarifs

Tarif adhérent :

1 500 € HT (1 800 € TTC) le cursus de 3 jours

Tarif non-adhérent :

1 650 € HT (1 980 € TTC) le cursus de 3 jours

Ce tarif inclut les frais pédagogiques, ainsi que les frais de restauration (déjeuners et pauses). Les participants recevront un dossier comprenant un ensemble de supports pédagogiques : référentiels, fiches pratiques, articles, ...

► Règlement

Le bon de commande et le règlement sont à établir à l'ordre de l'Afci.

Le règlement peut être effectué par chèque ou par virement, à l'ordre de l'Afci.

Coordonnées bancaires Afci

Domiciliation : CCM ARTDONYS

Banque	Guichet	Compte	Clé
10278	06072	00012262245	01

IBAN : FR76 1027 8060 7200 0122 6224 501

BIC : CMCIFR2A

Ce cursus de formation peut être pris en charge par le budget formation de l'entreprise. Il doit permettre au communicant de développer ses compétences professionnelles par l'acquisition de nouveaux savoirs. N° de formation : 11 75 23006 75.

À l'issue de la formation, l'Afci vous fera parvenir une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée, ainsi qu'une attestation de présence.

► Conditions d'annulation

Toute annulation d'inscription doit parvenir à l'Afci par écrit au plus tard 10 jours avant la première journée de formation. Passé ce délai, vous recevrez une facture du montant de l'inscription. Le participant peut se faire remplacer en communiquant par écrit le nom et les coordonnées du remplaçant à contact@afci.asso.fr. L'Afci se réserve le droit d'annuler, de reporter cette formation ou de modifier le contenu du programme ou le lieu, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

LES FORMATIONS **EXPERTISE**

Au-delà des compétences techniques et des savoirs fondamentaux classiques, les nouveaux enjeux de communication nécessitent un renforcement de ses capacités de pilotage de la fonction, mais aussi le développement d'une posture de conseil et d'accompagnement des directions fonctionnelles et opérationnelles.

Les nouvelles formations *Expertise* de l'Afci vous proposent d'enrichir votre expertise métier, à travers 5 modules construits chacun sur :

- des savoirs fondamentaux pour bien appréhender la thématique abordée,
- des repères méthodologiques,
- des illustrations concrètes,
- des temps de mise en pratique.

Les atouts de ces formations :

- l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,
- les croisements interdisciplinaires proposés par les formateurs possédant tous une double expertise (communication et finances, communication et accompagnement du changement, etc).

Pour favoriser les échanges, le nombre de participants sera limité à 10 personnes.

DÉVELOPPER LA PERFORMANCE DE SA COMMUNICATION INTERNE

Cette formation vise à positionner la communication interne de son entreprise dans une optique de performance et à l'inscrire dans une démarche de progrès continu.

À qui s'adresse cette formation ?

- des professionnels de la communication interne souhaitant restructurer leur plan de communication interne et leur organisation de travail afin de renforcer la place de la communication interne au sein de leur organisation,
- des professionnels exerçant la mission de communicant interne sans avoir encore élaboré un plan de communication interne et soucieux de renforcer leur dispositif de communication interne.

Date :
vendredi 14 octobre 2016

Les objectifs de la formation :

- **acquérir ou conforter les bases nécessaires à l'élaboration du plan de communication,**
- **savoir justifier les choix stratégiques des actions de communication,**
- **savoir élaborer un système d'appréciation des résultats,**
- **piloter sa communication en fonction des résultats,**
- **rendre plus stratégique son rôle et sa fonction au sein de son entité,**
- **développer sa capacité à « vendre » les projets de communication interne.**

Les atouts de cette formation :

- un travail approfondi sur le plan de communication, les outils stratégiques et les outils d'évaluation des dispositifs,
- un échange à partir des pratiques et des plans de communication des participants,
- des études de cas étudiées au fil de la journée,
- une méthodologie pour structurer et renforcer votre communication interne.

Le formateur

Directeur-associé d'Invescomm, cabinet conseil en communication et management, **Patrick Féminier** est consultant, animateur et formateur. Spécialisé en communication et management, il intervient dans les domaines de la dynamisation d'équipes, de la mobilisation d'acteurs et, plus généralement, de l'accompagnement du changement. Il est également enseignant (INSA, Universités Lyon 3 et Grenoble 3, Kedge Marseille...).

PROGRAMME

I - LA COMMUNICATION, OUTIL DE DÉVELOPPEMENT

- Concevoir la communication comme un levier de résultats
- Positionner la fonction communication au sein de son entité
- Valoriser la mise en place d'un dispositif d'évaluation partagé avec la direction
- Susciter une « attitude communication » de la part des principaux acteurs de l'entité

II - LA STRUCTURATION DU PLAN DE COMMUNICATION

- Définir les trois niveaux du plan de communication :
 - détailler axes stratégiques et objectifs élémentaires
 - structurer son dispositif écoute et médias
 - bâtir des fiches actions réellement opérationnelles
- Définir les indicateurs de résultats pertinents : critères de sélection et mise en œuvre
- Planifier ses actions en fonction des événements et des opportunités
- Définir son budget et l'ajuster en cours d'action

III - LA CONCEPTION ET LA MISE EN PLACE DES ACTIONS

- Bâtir un plan d'actions : objectifs, cibles, relais, messages, médias
- Construire les fiches actions et mesure : planning et budget, indicateurs de résultats
- Faire en interne et/ou sous-traiter à des prestataires
- Légitimer l'action : consultations préalables, présentation et appropriation par l'encadrement

IV - PILOTER SA COMMUNICATION PAR LES RÉSULTATS

- Suivre régulièrement les indicateurs de résultats pertinents
- Consolider les résultats dans un tableau de bord
- Concevoir un reporting simple et pertinent de ses actions de communication
- Mobiliser les acteurs pertinents autour du plan de communication et des résultats visés

V - OPTIMISER SON PLAN DE COMMUNICATION ET ÊTRE À L'AISE DANS L'EXERCICE DE SA MISSION

- Repérer les points forts et les points faibles de ses actions de communication
- Conforter et aménager son dispositif écoute et médias
- Ajuster son plan de communication en fonction de l'imprévu et/ou des résultats
- (Re)trouver plaisir et créativité dans l'élaboration des actions
- Être un interlocuteur crédible et reconnu par les managers et les dirigeants.

COMMUNIQUER LES RÉSULTATS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

Cette formation vise à bien appréhender les principales données financières de son entreprise afin d'être en capacité de concevoir et d'animer un dispositif de communication financière interne.

À qui s'adresse cette formation ?

des professionnels de la communication interne souhaitant développer leur culture financière pour :

- être en capacité de mieux coopérer avec les équipes financières,
- créer les conditions d'émergence d'une communication financière interne spécifique,
- favoriser le développement d'une pédagogie sur la performance économique de son entreprise.

Date :
mardi 8 novembre 2016

Les objectifs de la formation :

- appréhender les fondamentaux de l'entreprise : marchés, stratégie, atouts, publics,
- connaître les acteurs des marchés financiers, leur organisation et leurs attentes,
- identifier et comprendre les éléments comptables et financiers de l'entreprise,
- présenter et expliquer la communication financière d'entreprise,
- présenter les spécificités de la communication financière pour l'interne.

Les atouts de cette formation :

- une approche pragmatique de la culture financière à maîtriser,
- des apports théoriques indispensables que votre entreprise soit cotée ou non,
- des mises en situation inspirées de cas réels,
- un expert reconnu en communication financière (directeur de la communication, analyste financier, enseignant et auteur d'ouvrages de référence).

Le formateur

Aujourd'hui consultant en communication, **Jean-Yves Léger** a d'abord exercé le métier d'analyste financier aux Banques Populaires, puis a été directeur de la communication de Danone et LVMH. Il a rejoint Euro RSCG en 1995 où il a été, jusqu'à fin 2008, Partner, membre du comité de direction, d'Euro RSCG C&O (Havas Paris). Depuis près de 20 ans, il enseigne dans plusieurs écoles de commerce et de communication (ESCP, NEOMA BS, Institut de Haute Finance, CELSA...). Administrateur de la Sfaf (Société française des analystes financiers) depuis 2012, il a publié *La communication financière*, éditions Dunod, et *Le crowdfunding*, éditions La Découverte.

PROGRAMME

I - UN CADRAGE PRÉALABLE

- Une financiarisation croissante de la vie et du discours de l'entreprise
- Une porosité croissante : le mélange des publics et des moyens de l'entreprise
- Une « réglementarisation croissante » : une information financière plus réglementée et plus encadrée
- L'obsession du court terme favorisée par les technologies nouvelles
- Un communicant de plus en plus remis en cause

II - DES CHIFFRES...

- Maîtriser les fondamentaux de l'entreprise : les marchés, la stratégie et les atouts face aux contraintes, les publics, la situation particulière des actionnaires et des salariés
- Apprendre à décrypter les états financiers majeurs : bilan, compte de résultat, tableau de trésorerie ; les principaux ratios (profitabilité, financement, boursier) utilisés par « les marchés », identifier quelques mots-clés du vocabulaire financier courant

EXERCICE PRATIQUE : transformer les données financières en éléments de communication de l'entreprise

III - ... ET DES TEXTES

- Présenter la communication financière :
 - une réponse aux contraintes réglementaires,
 - un outil du dialogue avec les publics financiers,
 - un impératif stratégique,
 - une démarche marketing,
 - une source de risques.
- La communication financière : le cadre juridique contraignant, l'information réglementée et l'information périodique, la gestion de l'information permanente et de l'information privilégiée, focus sur quelques points : *digit et top line*, *guidance*, consensus, gestion de la *quiet period*.
- Les limites de la communication financière : opportunités, risques et sanctions
- Le calendrier de la communication financière
- Une communication financière pour l'interne

EXERCICE PRATIQUE : rédiger un contenu financier destiné aux salariés

ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Date :

6 décembre 2016

Cette formation vise à comprendre comment la communication interne peut devenir un levier des transformations (managériale, digitale, etc.) à l'œuvre en entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Des professionnels de la communication souhaitant acquérir ou renforcer leurs compétences en conduite de changement.

Les objectifs de la formation :

- acquérir un socle de connaissances « de base » et les clés efficaces dans le domaine de la conduite du changement (cartographie des enjeux, diagnostic sociologique, conception et pilotage d'un plan de conduite du changement, ...);
- développer un rôle et une posture de « facilitateur » favorisant les échanges et la co-construction au service du changement ;
- être en capacité de proposer et d'assurer un dispositif de communication interne cohérent et adapté au contexte et aux attentes des dirigeants, des managers et des collaborateurs.

Les atouts de cette formation :

- l'équilibre entre apports méthodologiques, partages d'expériences et co-construction,
- le parcours et l'expérience de coach de la formatrice qui facilitent le travail des participants sur leur posture d'acteurs du changement.

La formatrice

Consultante, executive coach et formatrice, **Dominique Hadria** apporte un conseil stratégique et opérationnel pour réussir les plans d'actions en communication interne et externe, lors des transformations d'entreprises. Par une approche méthodologique sur le court terme et le moyen terme, elle permet ainsi le passage de caps dans de meilleures conditions. Elle accompagne également les entreprises de croissance au sein d'accélérateurs (Orange Fab France, Creative Valley et l'incubateur HEC).

PROGRAMME

I - CLARIFIER SA VISION, SE DOTER DE REPÈRES POUR ASSURER UNE COMMUNICATION INTERNE RÉALISTE ET EFFICACE DANS LA CONDUITE DU CHANGEMENT

- Savoir identifier les caractéristiques communes et distinctives des principaux scénarios de changement
- La check-list des dynamiques de réaction du corps social à un plan de conduite du changement
- Construire une cartographie de faisabilité d'actions, de messages et de calendrier selon chaque cible du corps social

TRAVAUX DE GROUPES SUR CAS PRATIQUES

II - CRÉER L'ALLIANCE AVEC LES PARTIES PRENANTES EN PRIVILÉGIANT LA CO-CONSTRUCTION ET LA FACILITATION AU SERVICE D'UN CHANGEMENT PARTAGÉ

- Assurer le bon rôle au bon moment : diagnostiquer, interagir, conseiller, délivrer, mesurer, etc...
- Partager une gouvernance de communication appropriée au service de la conduite du changement : définir les objectifs et le périmètre de libre expression, responsabiliser les parties prenantes
- Posture et organisation interne : ce que le communicant interne doit faire de différent et avec qui ?

III - CO-PILOTER DANS L'AGILITÉ

- Proposer un tableau de bord des actions de communication à court terme et à moyen terme
- Gérer les situations exceptionnelles et imprévues
- Identifier les caractéristiques communes à un plan de communication du changement réussi : choix concerté des actions, des cibles, des livrables et du rythme de communication

TRAVAUX DE GROUPES SUR CAS PRATIQUES

L'APPORT DES SCIENCES SOCIALES POUR INTERVENIR ET COMMUNIQUER DANS LES TRANSFORMATIONS

Les communicants ont besoin de renforcer les liens entre savoirs fondamentaux et pratiques pour appréhender les transformations dans les entreprises, accompagner les projets et surtout créer du lien social. Les sciences sociales nous aident à mieux comprendre les situations et les acteurs, à interroger nos pratiques et à agir de façon plus pertinente.

À qui s'adresse cette formation ?

- les directeurs de la communication,
- les directeurs et responsables de la communication interne,
- les directeurs et responsables des ressources humaines,
- les consultants.

Date :
12 janvier 2017

Les objectifs de la formation :

- **revisiter quelques notions-clés issues des sciences sociales pour mieux comprendre et agir en situation,**
- **renforcer les liens entre savoirs fondamentaux et pratiques de communication,**
- **interroger les pratiques pour agir de façon plus pertinente.**

Les atouts de cette formation :

- des apports provenant de la sociologie, de la psycho-sociologie, de l'ergonomie, des sciences de l'information et de la communication...,
- des échanges sur les situations professionnelles,
- une intervention particulière sur l'innovation et la transformation digitale,
- des supports et une documentation adaptés.

THÈMES ABORDÉS

Les formateurs

Après un parcours professionnel de responsable communication, puis de responsable de l'observation sociale d'une grande entreprise, **Jean-Marie Charpentier** est aujourd'hui consultant. Docteur en sciences de l'information et de la communication, enseignant à l'Université Paris XIII, il a co-écrit l'ouvrage *Refonder la communication en entreprise*, Éditions FYP. Il est également vice-président de l'Afci.

Après une carrière de cadre au sein d'une grande entreprise, **Jacques Viers**, docteur en droit, est aujourd'hui administrateur de l'Association des professionnels en sociologie de l'entreprise (APSE) et membre actif de l'Afci.

Avec la participation de **Norbert Alter**, sociologue, professeur de sociologie à l'Université Paris Dauphine, auteur de nombreux livres dont *Donner et prendre. La coopération en entreprise*, Éditions La Découverte.

LES « MONDES SOCIAUX » DE L'ENTREPRISE : comment les identifier, comment les comprendre ? Quelles clés pour un diagnostic social pertinent aujourd'hui ?

TRAVAIL ET ACTIVITÉ : qu'est-ce qui se joue aujourd'hui dans le travail au plus près de l'activité ? Entre le prescrit et le réel... Comment situer l'espace du travail ?

COMMUNICATION ET TRAVAIL : en quoi la communication est-elle devenue une part essentielle du travail ?

CHANGEMENT ET MOUVEMENT : du changement séquentiel au mouvement permanent, quelles conséquences pour les entreprises, pour le management, pour les salariés ?

COMMUNIQUER LE CHANGEMENT / COMMUNIQUER POUR CHANGER : quelles tensions et quelles complémentarités entre ces deux logiques de communication dans les transformations ? Entre verticalité et horizontalité...

INNOVATION ET DIGITAL : quelles sont les caractéristiques majeures de la digitalisation croissante des organisations ? Quels sont les enjeux en termes de mise en œuvre, de diffusion et d'apprentissage ? Comment aider les professionnels de la communication non seulement à mettre en œuvre cette digitalisation, mais aussi à la mettre en perspective dans les organisations ?

CONSEILLER LES MANAGERS ET LES DIRIGEANTS POUR DÉVELOPPER LA DIMENSION STRATÉGIQUE DE LA COMMUNICATION INTERNE

Date : mardi 28 mars 2017

Cette formation vise à favoriser le développement de la posture de conseil des responsables de communication interne auprès des dirigeants et des managers de leur organisation pour bien positionner la communication interne dans son organisation. Elle s'appuie sur la compréhension et l'analyse de leurs enjeux stratégiques.

À qui s'adresse cette formation ?

Des professionnels de la communication souhaitant faire évoluer leur pratique vers une dimension conseil plus affirmée auprès du management et des dirigeants.

Les objectifs de la formation :

- comprendre les nouveaux défis internes des entreprises,
- replacer les enjeux de communication interne de son entreprise dans un contexte économique, social et numérique plus global,
- asseoir sa légitimité de business partner,
- monter en compétences sur sa posture de conseil interne auprès des managers et des dirigeants (conseil, facilitation, coaching).

Les atouts de cette formation :

- un contenu adapté au profil des participants et de leurs entreprises,
- l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,
- une professionnalisation entre experts de la communication interne.

La formatrice

Précédemment responsable de la communication interne et managériale dans un grand groupe d'assurance, **Marina Bellouin-Volant** est consultante, formatrice et coach en communication interne et managériale. Responsable du réseau local de l'Afci à Bordeaux, elle anime également un club local APM (Association Progrès du Management) de dirigeants d'entreprises.

PROGRAMME

I - COMPRENDRE ET ANALYSER LES ENJEUX STRATÉGIQUES DES DIRIGEANTS ET MANAGERS

- L'histoire de la communication interne associée à l'histoire des RH, de nouveaux défis communs
- Les enjeux internes dans la société du «co» et des entreprises de plus en plus agiles et capacitanes
- Quelle communication interne dans une entreprise 3.0 ?

II - TOUR DE PISTE DE LA COMMUNICATION INTERNE AU SERVICE D'UNE ENTREPRISE PERFORMANTE

- Partager une vision, une ambition, donner du sens à une histoire commune
- Créer et définir des règles du jeu
- Savoir créer les conditions de la motivation
- Travailler ensemble de manière transverse, collaborative et collective
- Célébrer les réussites, apprendre des échecs, capitaliser sur les expériences
- Innover, sortir du cadre, créer ensemble

Fil conducteur de la journée

Les nouveaux défis des entreprises qui doivent s'adapter à une société « civile » en mouvement.

Quels sont les enjeux et les défis de mon entreprise, de mes dirigeants et de mon manager ?

J'accompagne l'équipe de direction dans ses projets (un expert interne au service des directeurs)

Je suis force de proposition auprès de mon dirigeant (un conseiller interne au service du dirigeant pour l'aider à prendre de la hauteur)

Positionner la communication interne à un niveau stratégique

Informations pratiques

► Modalités d'inscription

Toute admission à cette formation est soumise à une inscription préalable. Le formulaire d'inscription est disponible en ligne : www.afci.asso.fr > Formations > Formation *Expertise*

Il peut être renvoyé par mail (contact@afci.asso.fr), ou par courrier (67 rue de Chabrol, 75010 Paris). Un mail de confirmation d'inscription vous sera envoyé à la réception de votre demande.

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, nous nous engageons à ne pas diffuser à l'extérieur les informations qui vous sont demandées pour votre inscription et sont destinées aux services de l'Afci.

► Lieu de la formation

La formation sera organisée à :
l'Afci, 67 rue de Chabrol, 75010 Paris

► Tarifs

Tarif adhérent :

1 jour 800 € HT (960 € TTC)

Tarif non-adhérent :

1 jour : 920 € HT (1 104 € TTC)

Ce tarif inclut les frais pédagogiques, ainsi que les frais de restauration (déjeuners et pauses). Les participants recevront un dossier comprenant un ensemble de supports pédagogiques : référentiels, fiches pratiques, articles, ...

► Règlement

Le bon de commande et le règlement sont à établir à l'ordre de l'Afci.

Le règlement peut être effectué par chèque ou par virement, à l'ordre de l'Afci.

Coordonnées bancaires Afci

Domiciliation : CCM ARTDONYS

Banque	Guichet	Compte	Clé
10278	06072	00012262245	01

IBAN : FR76 1027 8060 7200 0122 6224 501

BIC : CMCIFR2A

Ce cursus de formation peut être pris en charge par le budget formation de l'entreprise. Il doit permettre au communicant de développer ses compétences professionnelles par l'acquisition de nouveaux savoirs. N° de formation : 11 75 23006 75.

À l'issue de la formation, l'Afci vous fera parvenir une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée, ainsi qu'une attestation de présence.

► Conditions d'annulation

Toute annulation d'inscription doit parvenir à l'Afci par écrit au plus tard 10 jours avant la première journée de formation. Passé ce délai, vous recevrez une facture du montant de l'inscription. Le participant peut se faire remplacer en communiquant par écrit le nom et les coordonnées du remplaçant à contact@afci.asso.fr. L'Afci se réserve le droit d'annuler, de reporter cette formation ou de modifier le contenu du programme ou le lieu, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.



À propos de l'Afci

Créée en 1989, l'Association française de communication interne (Afci), réunit près de 500 membres, professionnels de la communication exerçant dans des organisations publiques et privées, consultants et universitaires. Parmi les organisations membres, notons notamment : Generali, la région Île-de-France, BNP Paribas, Danone, la Ville de Lorient, Areva, Thales, Laboratoires Pierre Fabre, la CCI du Loiret, Sodexo, RATP, ...

Réseau de professionnels, réservoir de compétences et d'expériences, espace de réflexion et d'échanges au carrefour des évolutions de la communication des organisations, l'Afci s'est donné trois missions : professionnaliser, échanger, rayonner.

www.afci.asso.fr

afci

LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

Délégation générale - 67 rue de Chabrol - 75010 Paris
Tél. : 01 47 07 63 01 - contact@afci.asso.fr