



FICHE PROGRAMME · FORMATION 3

Communication publique à l'ère de l'IA : stratégie, contenus et nouveaux outils

Document conforme au Référentiel National Qualité (RNQ V9) · Indicateurs 1, 5, 6, 9

1

Identité de la formation

INTITULÉ OFFICIEL	Communication publique à l'ère de l'IA : stratégie, contenus et nouveaux outils
RÉFÉRENCE INTERNE	STRYLB-COM-NUM-F3-2025
DOMAINE DE FORMATION	Communication institutionnelle · Numérique · Marketing public territorial
DURÉE TOTALE	2 jours · 14 heures de formation effective
MODALITÉ PÉDAGOGIQUE	Formation en présentiel · salle de formation équipée. Alternance d'apports stratégiques, d'ateliers de production et de mises en situation. Ressources complémentaires remises à l'issue de la formation.
EFFECTIF	6 à 12 participants · groupe intra-collectivité ou inter-collectivités.
LIEU DE FORMATION	Intra-collectivité (dans les locaux du commanditaire) ou salle de formation partenaire selon la demande.
TARIF	Sur devis : tarification adaptée selon le type de collectivité, le nombre de participants et les modalités de financement retenues (formation intra, inter, plan de formation collectivité, CNFPT, OPCO).
DÉLAI D'ACCÈS	Sur mesure selon le commanditaire. En règle générale, la formation peut être organisée dans un délai de 3 à 6 semaines à compter de la réception de la convention signée.
CONTACT ET INSCRIPTION	Nicolas Mougin, Président de Storylab Partners. nicolas.mougin@storylab-partners.fr www.storylab-partners.fr. Tél. : 06 74 09 74 13

2

Public visé et prérequis

PUBLIC CIBLE

Cette formation s'adresse aux professionnels de la communication des collectivités territoriales et établissements publics :

- Responsables et chargés de communication des collectivités
- Attachés de presse et chargés des relations médias
- Directeurs de cabinet en charge de la communication institutionnelle
- Agents en charge des réseaux sociaux, du site web ou des publications institutionnelles
- Tout professionnel public souhaitant intégrer les outils numériques et l'IA dans sa stratégie de communication

PRÉREQUIS

Exercer une fonction de communication au sein d'une organisation publique ou parapublique.

Une pratique des réseaux sociaux à titre professionnel est souhaitée. Aucune connaissance technique en intelligence artificielle requise. La formation est accessible sans condition de diplôme préalable.

ACCESSIBILITÉ PSH

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Référent handicap : Nicolas Mougin · contact@storylab-partners.fr · 06 74 09 74 13.

Toute situation de handicap nécessitant un aménagement (accessibilité des locaux, adaptation des supports, temps supplémentaire, interprète LSF) doit être signalée lors de l'inscription. Des solutions adaptées seront mises en place en lien avec les partenaires spécialisés (AGEFIPH, Cap Emploi) si nécessaire.

3

Objectifs pédagogiques

À l'issue de cette formation de 2 jours, le participant sera capable de :

OBJ 1 · CONSTRUIRE

Élaborer une stratégie de communication multicanale pour sa collectivité en formalisant un plan de communication sur six mois, comprenant la définition des cibles, le choix des canaux, le calendrier éditorial, les indicateurs de performance et une enveloppe budgétaire indicative.

CONDITION DE RÉUSSITE

Plan de communication à six mois produit en atelier lors de la journée 1. Évalué sur la complétude des rubriques et la cohérence entre cibles, canaux et messages, selon la grille de 8 critères remise en début de formation.

OBJ 2 · PRODUIRE

Créer de manière autonome trois types de contenus numériques à partir des outils IA disponibles (publication réseau social, article web, visuel ou courte vidéo), en respectant la charte graphique et le ton de communication de sa structure, et en intégrant les contraintes de droit à l'image et de RGPD applicables au secteur public.

CONDITION DE RÉUSSITE

Trois livrables numériques produits en séance lors de la journée 2, évalués sur leur conformité à la charte éditoriale, leur qualité rédactionnelle et le respect des contraintes réglementaires.

OBJ 3 · MESURER

Définir et suivre un tableau de bord de pilotage de la communication institutionnelle intégrant au minimum cinq indicateurs quantitatifs et deux indicateurs qualitatifs, en étant capable d'interpréter les résultats et de proposer des ajustements argumentés à sa hiérarchie.

CONDITION DE RÉUSSITE

Tableau de bord de communication produit en atelier, présentation orale de 5 minutes devant le groupe en fin de journée 2 avec interprétation des indicateurs choisis et propositions d'ajustement.

4

Programme détaillé

JOUR 1 · 7 HEURES

Stratégie et cadre de la communication publique numérique

09h00 – 09h30

- Accueil des participants
- Tour de table et recueil des attentes
- Présentation du déroulé et des objectifs
- Remise des grilles d'évaluation

Tour de table · Exercice d'auto-positionnement

09h30 – 11h00

MODULE 1.1 · L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE DES COLLECTIVITÉS EN 2025

- Panorama des canaux numériques institutionnels : sites web, réseaux sociaux, newsletters, applications citoyennes
- Ce que l'IA change dans la production de contenus publics : gains réels et risques réels
- Les obligations légales de la communication publique : neutralité, accessibilité, RGPD, droit à l'image
- Benchmark des collectivités pionnières en communication numérique (France et Europe 2022-2025)

Exposé interactif · Benchmark commenté · Questions-réponses

11h00 – 11h15

Pause

11h15 – 12h30

MODULE 1.2 · DÉFINIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION MULTICANALE

- Identifier ses publics cibles et leurs comportements numériques (élus, agents, citoyens, presse, partenaires)
- Choisir ses canaux selon ses ressources et ses objectifs : matrice canaux / cibles
- Construire son calendrier éditorial : rythme, cohérence, saisonnalité institutionnelle
- Atelier : chaque participant positionne sa collectivité sur la matrice canaux / cibles

Exposé · Matrice individuelle · Mise en commun et débat

12h30 – 13h30

Déjeuner

13h30 – 15h30	MODULE 1.3 · CONSTRUIRE SON PLAN DE COMMUNICATION À SIX MOIS (OBJ 1) • Structure du plan de communication : contexte, cibles, messages clés, canaux, planning, budget, indicateurs • Les messages clés selon les audiences : ton institutionnel, accessibilité, adaptation aux réseaux • Atelier individuel guidé : rédaction du plan de communication à six mois • Restitution en binômes, feedback croisé sur la cohérence et la pertinence <i>Atelier individuel guidé · Restitution en binômes · Feedback formateur · Évaluation formative OBJ 1</i>
15h30 – 15h45	<i>Pause</i>
15h45 – 17h00	MODULE 1.4 · MESURER L'IMPACT DE SA COMMUNICATION : LE TABLEAU DE BORD (OBJ 3) • Les indicateurs pertinents selon les canaux : portée, engagement, conversion, satisfaction • Indicateurs qualitatifs pour la communication publique : image, confiance, accessibilité perçue • Atelier : chaque participant construit les 7 indicateurs de son tableau de bord <i>Exposé · Atelier individuel · Partage en groupe</i>
17h00 – 17h15	• Bilan de la journée 1 • Questionnaire de satisfaction à chaud J1 • Présentation du programme J2 <i>Auto-évaluation sur grille · Remise des ressources J1</i>

JOUR 2 · 7 HEURES

Production de contenus numériques avec l'IA

09h00 – 09h30	• Retour sur J1 • Questions en suspens • Présentation des objectifs de J2 <i>Quiz de rappel J1 · Discussion</i>
09h30 – 11h00	MODULE 2.1 · ÉCRIRE AVEC L'IA POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX INSTITUTIONNELS • La technique du prompt pour la communication publique : rôle, contexte, ton, contraintes réglementaires • Exercice 1 : rédaction d'une publication LinkedIn pour un élu en 3 versions (annonce, bilan, prise de position) • Exercice 2 : rédaction d'une publication Facebook ou Instagram pour une actualité de service • Vérification et adaptation : comment détecter et corriger les formulations inappropriées au contexte public <i>Atelier sur poste · Productions individuelles réelles · Feedback formateur en temps réel</i>
11h00 – 11h15	<i>Pause</i>

11h15 – 12h30	MODULE 2.2 · PRODUIRE DES ARTICLES WEB ET DES CONTENUS LONGS AVEC L'IA (OBJ 2) • Structure d'un article web institutionnel : accroche, développement, appel à l'action, référencement • Exercice : rédaction d'un article de 400 mots sur une actualité réelle de la collectivité du participant • Les contraintes RGPD et droit à l'image dans la production de contenus numériques publics • Adapter le ton et le niveau de langage selon les publics : citoyens, agents, partenaires institutionnels <i>Atelier individuel · Livrable réel produit en séance · Feedback collectif</i>
12h30 – 13h30	<i>Déjeuner</i>
13h30 – 15h00	MODULE 2.3 · CRÉER DES VISUELS ET DES CONTENUS MULTIMÉDIA AVEC L'IA • Panorama des outils de création visuelle IA compatibles avec les contraintes institutionnelles • Exercice : création d'un visuel pour une publication réseau social selon la charte graphique de sa collectivité • Les droits sur les contenus générés par l'IA : propriété intellectuelle, usage commercial, publication officielle • Créer une courte vidéo institutionnelle assistée par l'IA : outils, script, validation <i>Démonstrations en direct · Atelier individuel · Mise en commun</i>
15h00 – 15h15	<i>Pause</i>
15h15 – 16h30	ATELIER FINAL · PRÉSENTATION DU PLAN DE COMMUNICATION ET DU TABLEAU DE BORD (OBJ 1 ET OBJ 3) • Chaque participant présente en 5 minutes son plan de communication à six mois et son tableau de bord de pilotage • Feedback du formateur sur grille d'évaluation, auto-évaluation du participant • Évaluation sommative OBJ 1, OBJ 2 et OBJ 3 <i>Restitutions orales · Évaluation sommative · Feedback individuel formateur</i>
16h30 – 17h00	PLAN D'ACTION PERSONNEL ET CLÔTURE • Chaque participant formalise 3 actions à déployer dans sa collectivité dès la semaine suivante • Remise du guide de ressources : outils recommandés, prompts types, veille réglementaire • Questionnaire de satisfaction à chaud · Remise des attestations de formation <i>Plan d'action individuel · Questionnaire satisfaction · Attestations individuelles</i>

5

Méthodes pédagogiques

EXPOSÉS INTERACTIFS

Apports stratégiques structurés sur la communication numérique institutionnelle, alternant avec des questions-réponses et des benchmarks commentés. Limités à 30 % du temps total afin de laisser la priorité aux ateliers de production.

ATELIERS INDIVIDUELS GUIDÉS	Chaque participant produit ses propres livrables (plan de communication, contenus numériques, tableau de bord) à partir de sa réalité professionnelle. Le transfert est immédiat car les productions sont réelles et directement réutilisables.
BENCHMARK COMMENTÉ	Analyse de cas réels de communication numérique issus de collectivités françaises et européennes. Exemples positifs et contre-exemples analysés ensemble pour ancrer les bonnes pratiques dans des situations concrètes.
RESTITUTIONS CROISÉES	Les travaux des participants sont présentés et commentés collectivement. Cette méthode développe la capacité à argumenter ses choix éditoriaux devant une audience professionnelle exigeante : compétence directement transférable en situation de travail.
DÉMONSTRATIONS IA EN DIRECT	Le formateur réalise des démonstrations d'outils IA de création de contenus en temps réel, en exposant délibérément leurs limites et les erreurs fréquentes dans le contexte de la communication publique.
RESSOURCES POST-FORMATION	Remises en fin de formation : guide des outils IA recommandés pour la communication publique, bibliothèque de prompts types, modèles de plan de communication, de tableau de bord et de charte éditoriale numérique.

6

Modalités d'évaluation

POSITIONNEMENT INITIAL

Début J1 (09h00)

Grille d'auto-positionnement : niveau de maîtrise des outils numériques, pratiques de communication actuelles, canaux utilisés, attentes spécifiques.

Objectif évalué : Diagnostique : adaptation du parcours

ÉVALUATION FORMATIVE J1

Après-midi J1 (15h30)

Grille d'évaluation du plan de communication (8 critères : cibles, canaux, messages, calendrier, budget, indicateurs, cohérence globale, faisabilité), feedback individuel oral.

Objectif évalué : OBJ 1 · Construire

ÉVALUATION FORMATIVE J2

Matin J2 (09h30 – 12h30)

Observation des productions numériques en séance, grille de vérification réglementaire (RGPD, droit à l'image, neutralité, accessibilité), feedback formateur immédiat.

Objectif évalué : OBJ 2 · Produire

QUIZ DE RAPPEL J2

Début J2 (09h00)

10 questions sur les points clés de J1, corrigé collectif.

Objectif évalué : Mémorisation et ancrage

ÉVALUATION SOMMATIVE J2

Après-midi J2 (15h15)

Présentation orale de 5 minutes (plan de communication + tableau de bord), grille d'évaluation des 3 objectifs remplie par le formateur et auto-évaluation du participant.

Objectif évalué : OBJ 1, 2, 3

SATISFACTION À CHAUD

Fin J2 (17h00)

Questionnaire de satisfaction Storylab (12 items : contenu, méthodes, formateur, logistique, utilité perçue, recommandation).

Objectif évalué : Qualité de la prestation

SATISFACTION À FROID

J+90

Questionnaire de suivi envoyé par email 3 mois après la formation : outils et méthodes effectivement déployés, évolutions des pratiques de communication, impacts mesurés.

Objectif évalué : Impact et transfert

7

Formateur

FORMATEUR PRINCIPAL	Nicolas Mougin. Président de Storylab Partners.
EXPERTISE IA & NUMÉRIQUE	Rédacteur en chef du magazine IA & Territoires. Officier expert volontaire spécialité rhétorique et crises, intelligence artificielle.
EXPERTISE SECTEUR PUBLIC	Plus de 35 ans d'expérience en journalisme et communication institutionnelle publique.
EXPERTISE PÉDAGOGIQUE	Intervenant à l'École Supérieure de Journalisme de Lille depuis 2005. Sensibilisation à la source journalistique à La Catho Lille (Université Catholique de Lille). Formateur pour l'Association des maires de France. Auteur publié.
INTERVENANTS ASSOCIÉS	Selon les sessions et les besoins spécifiques du commanditaire, des experts thématiques complémentaires (directeur de communication territorial, spécialiste réseaux sociaux secteur public, juriste droit du numérique) peuvent être mobilisés. Une fiche de qualification sera fournie pour chaque intervenant associé.

8

Modalités de financement

PLAN DE FORMATION COLLECTIVITÉ	Financement direct par la collectivité commanditaire dans le cadre de son plan de formation annuel.
CNFPT	Cette formation peut faire l'objet d'une demande de prise en charge auprès du Centre National de la Fonction Publique Territoriale selon les dispositifs en vigueur. Se renseigner auprès de la délégation régionale CNFPT compétente.
OPCO	Pour les structures relevant d'un Opérateur de Compétences, une prise en charge partielle ou totale peut être sollicitée. Storylab Partners accompagne le commanditaire dans la constitution du dossier.

FACTURATION

Une convention de formation est systématiquement établie avant toute prestation. La facture est émise à l'issue de la formation, accompagnée de l'émargement et des attestations individuelles.

Storylab Partners · nicolas.mougin@storylab-partners.fr · www.storylab-partners.fr · 06 74 09 74 13
Document conforme au RNQ V9 · Indicateurs 1, 5, 6, 9 · Référence STRYLB-COM-NUM-F3-2025 · Version 1.0 · 2025