FICHE FORMATION

La communication territorialisée

Concevoir et piloter une stratégie de communication ancrée dans les réalités locales.

La communication générique ne fonctionne pas dans les territoires singuliers. Cette formation donne les méthodes et les outils pour construire une communication vraiment adaptée à son contexte — ses publics, ses codes culturels, ses contraintes réelles.

Informations pratiques

Public	Chargés de communication, directeurs de collectivités, porteurs de projet, associations, entrepreneurs	**Format**	Présentiel ou hybride — groupe de 8 à 12 participants
Durée	2 jours (14 heures) — possible en 3 demi-journées	**Tarif**	Sur devis — tarif individuel / groupe / collectivité
Prérequis	Aucun — une expérience en communication ou gestion de projet est un plus		

Cette formation est disponible en intra-entreprise ou en inter-organismes. Convention de formation fournie sur demande. Nous contacter pour tout renseignement.

Objectifs pédagogiques

1. Comprendre pourquoi la communication générique échoue dans les territoires singuliers
2. Appliquer le Framework Emcy « Architecte de sens » à sa propre structure
3. Construire un positionnement ancré, cohérent et différenciant
4. Concevoir des messages adaptés aux publics et aux codes culturels locaux
5. Structurer un plan de communication réaliste et mesurable

Programme

Module 1 — Diagnostiquer avant d'agir

L'audit de l'existant : ce qu'on dit, ce qu'on croit dire, ce qu'on dit vraiment. Cartographie des publics dans un territoire comme la Guyane. Atelier : audit éclair de sa propre communication.

Module 2 — Ancrage territorial

Pourquoi le territoire n'est pas un « contexte » mais un « point de départ ». Spécificités de la Guyane : diversité culturelle, médias locaux, usages numériques. Atelier : cartographie de son territoire d'action.

Module 3 — Construire sa stratégie

Positionnement, promesse de valeur, messages clés. Territoire de marque : ton, univers visuel, registre. Atelier : rédiger sa promesse de valeur en 30 mots.

Module 4 — Déployer et mesurer

Choix des canaux selon les publics et les ressources réelles. Plan d'actions : priorités, calendrier, responsabilités. Indicateurs simples. Atelier : construire son plan d'actions sur 3 mois.

Méthodologie	Évaluation
Alternance apports méthodologiques et ateliers pratiques. Chaque participant travaille sur son propre projet. Livrables produits en séance. Supports remis en fin de formation.	Grille d'auto-évaluation + plan de communication produit en séance + évaluation satisfaction + suivi optionnel à 6 semaines.

Ce que vous repartez avec

- ✓ Un audit de votre communication existante
- ✓ Votre positionnement rédigé en 30 mots
- ✓ Un plan d'actions opérationnel sur 3 mois
- ✓ Les supports de formation

Pour toute demande de renseignement ou d'inscription **contact@emcy.fr · www.emcy.fr**