

LA COMMUNICATION POUR RESTAURER LA **CONFIANCE**

LES ATTENTES SONT FORTES ≠ DES CRISES QUI S'ENCHAINENT
ON CONSTATE ÉGALEMENT
UNE **RADICALITÉ** DANS
LA **PERCEPTION**



Une action qu'on
ne perçoit pas
n'existe pas !

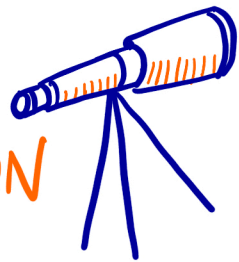
➔ LA **PERCEPTION** VAUT ACTION 

Ce qui donne un rôle clé à la communication

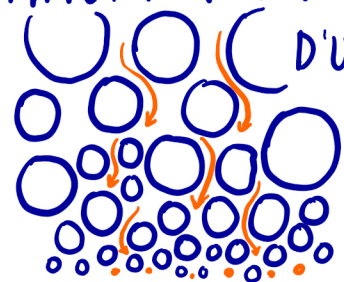
LA **MARQUE INSTITUTIONNELLE** A UN LEVIER
QUE LES AUTRES N'ONT PAS...



Ce n'est pas seulement
un logo mais une **VISION**



LA COMMUNICATION DE L'ÉTAT DISPOSE



D'UNE **GRANULARITÉ**
INTRINSÈQUE

qui permet d'aller
au plus près
sur le terrain.

POUR LA **STRUCTURER**

➔ SORTIR DE L'URGENCE



Remettre en
perspective avec
des actions pluriannuelles

➔ ORIENTER LES ACTEURS DE L'ÉCOSYSTÈME

➔ HARMONISER LES PRATIQUES

VERS UNE **VISION COMMUNE**

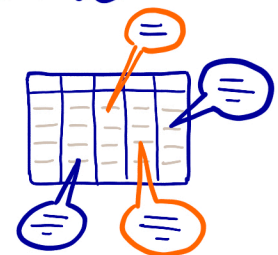


DE LA COMMUNICATION DE L'ÉTAT

NOTRE FEUILLE DE ROUTE

① LA **VISIBILITÉ** À COURT TERME

Organiser les interventions et les acteurs



② LA **LISIBILITÉ** MOYEN TERME

Rendre lisible le continuum des
politiques publiques

IDÉAL
COMMUN

ACTION

PROJET

S'APPUYER SUR

DES **MARQUEURS**

POUR INSCRIRE LES POLITIQUES PUBLIQUES
DANS UN RÉCIT GLOBAL

transition // // // // emploi
écologique // // // // renouvelé
des chances // // // // démocratique
souveraineté

③ LA **PROFESSIONNALISATION**

Les communicants publics sont des **EXPERTS**
Développer des outils



Parcours nouvel arrivant
Kiosque