

EN TANT QUE COMMUNICANTS

→ REMETTRE DE L'HUMAIN
AU CŒUR DE NOS STRATÉGIES

S'appuyer sur
des témoignages

PERSONNALISATION
POUR COLLER AUX
TERRITOIRES



→ PARTIR DU MICRO
POUR ALLER VERS
LE

HYPER-PROXIMITÉ

→ UNE RELATION CLIENT FORTE
(-USAGER)
Les préfets sur le terrain

→ POUR LA CONDUITE DU CHANGEMENT
LA COMMUNICATION DOIT S'APPUYER SUR LES EXPERTS

Il existe depuis
+ de 15 ans!

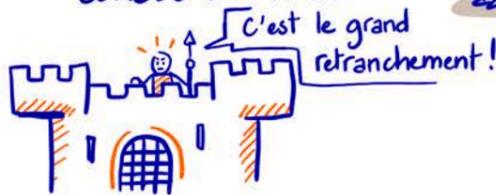


L'OBSERVATOIRE DES CLASSES MOYENNES
montre 3 ENSEIGNEMENTS

UNE CULTURE DU
CONSUMER MOINS



DES STRATÉGIES
DE REPLI SUR LE
CERCLE FAMILIAL



C'est le grand
retranchement!

LA VOLONTÉ
DE S'ACCOMPLIR
PAR SOI-MÊME

On constate
un SENTIMENT
DE DÉCONNEXION
par rapport à
l'action de l'État

Alors, l'État?
Tu fraines...

RETOURS D'EXPÉRIENCE SUR LES GRANDS ENJEUX DE LISIBILITÉ DES POLITIQUES PUBLIQUES

PILOTAGE DE L'ACTION PUBLIQUE

IL FAUT PASSER
D'UN PILOTAGE PAR LES MOYENS
ET LA NORME

Objets de la
Vie
Quotidienne

À UN PILOTAGE PAR L'IMPACT
SUR LA VIE DES FRANÇAIS

POLITIQUES PRIORITAIRES
DU GOUVERNEMENT

Les chiffres ne sont pas suffisants
LA COMMUNICATION PERMET
DE MONTRER LES RÉSULTATS
AU-DELÀ DES CHIFFRES



LA FIERTÉ CULTURELLE



On est à
l'avant-garde!

L'INTERFACE SENSIBLE
ENTRE L'ÉTAT ET L'USAGER
EST UN ÉLÉMENT ESSENTIEL

SERVICES
PUBLICS +

→ Réduire la distance
entre l'utilisateur et l'administration

[SYMÉTRIE DES ATTENTIONS]

FONCTION PUBLIQUE +

→ L'État s'engage aussi
vers ses agents!

LES ATTENTES DES AGENTS
= AVOIR UN IMPACT
sur la société

C'EST UN ENJEU
D'ATTRACTIVITÉ

4 CONDITIONS
POUR CRÉER UN
CLIMAT FAVORABLE

LA MOBILISATION

Les Français
agissent déjà!

LA RECONNAISSANCE

Plus qu'un modèle
de consommation

On rêve
d'un modèle
de société

LA VALORISATION

Les Français s'adaptent
→ Eviter les discours
régressifs et culpabilisants