

Point-virgule

www.cmoser-communication.fr

cmosercommunication@gmail.com

06 33 88 25 88

Membre de la coopérative d'activité et d'emplois



Edito

Optimiser : donner à quelque chose, à une machine, une entreprise, le rendement optimal en créant les conditions les plus favorables ou en en tirant le meilleur parti possible (Larousse).

Ce mot de l'entreprise irrigue aujourd'hui toute notre société. Pour les collectivités, l'optimisation concerne notamment la communication, confrontée à un double défi :

- des ressources en berne, mais des évolutions qui vont demander un travail d'explication ;
- des citoyens demandeurs d'information, mais prompts à mettre en cause toute dépense de communication.

Dans ce deuxième numéro de Point-virgule, découvrez quelques pistes pour renforcer l'utilité de vos publications...

Catherine Moser

Optimisez votre publication par le contenu

Le journal papier reste l'outil de prédilection pour communiquer avec le plus grand nombre de citoyens. De nombreuses collectivités expérimentent aujourd'hui différentes solutions pour en limiter le coût. Des solutions qui, souvent, se limitent à la seule dimension technique...

Papier, format, périodicité : autant d'éléments sur lesquels vous pouvez agir pour réduire le coût de votre publication. Mais ne négligez pas le fond, qui guide en partie la forme...

À quoi sert votre support ?

C'est l'une des questions clés pour une publication réellement utile. Avez-vous des objectifs de communication clairement identifiés ou bien s'agit-il de « remplir » les pages ? Qu'attendez-vous de votre support : qu'il valorise l'action des élus, offre une tribune aux associations, historiens locaux et autres acteurs de votre territoire ? Qu'il donne du sens et mette vos réalisations en perspective ou liste les manifestations passées et à venir ?

Du fond à la forme

En répondant à ces questions, vous constaterez que certaines rubriques ne vous apportent aucun bénéfice ou ne sont pas utiles au public. Vous pourrez être amenés à renoncer à certains contenus, à les réorganiser. Ou à revoir la périodicité si, par exemple, vous estimez qu'un gros bulletin annuel n'est pas le meilleur

choix lorsque la priorité est de renforcer la proximité avec les citoyens. Cette réévaluation pourra donc avoir une incidence sur la pagination ou la périodicité et donc le coût de votre publication.

De l'importance de la rédaction

De même, la qualité de la rédaction, l'organisation des articles jouent fortement sur le volume des textes. Une information délayée, un angle d'attaque mal défini gonfleront vos articles et le nombre de vos pages, sans bénéfice pour votre structure et vos lecteurs.

Mesurer l'utilité de votre support, travailler son organisation et la construction des textes, c'est aller aussi vers ce que réclament les citoyens, et qu'ils estiment ne pas trouver assez dans leur journal communal ou intercommunal : le sens...

Les solutions techniques

- Réduire le grammage du papier
- Modifier la périodicité
- Changer le format
- Modifier la pagination
- Dématérialiser

La communication essentielle au fonctionnement de leur collectivité pour

85 %

des maires*

Pour parler de...

1. Vie municipale,
2. Réalisations, projets
3. Animation du territoire*

79 %

des Français s'informent sur la vie locale grâce au journal de la collectivité**

Seuls 50 %

des Français pensent que la communication des collectivités les aide à comprendre les décisions locales**

*Sondage Cap'Com, nov. 2014

**Baromètre 2015 de la communication locale Epiceum-Harris Interactive

Pour aller plus loin

Découvrez sur mon site la présentation « Optimiser par le contenu ».



Press-book

Communauté de Communes Essor du Rhin

Le contexte

Lancement d'une nouvelle politique d'édition, avec :

- l'ESSentiel, magazine annuel 16 p.
- rESSort, publication thématique 6 p.
- l'exprESS, agenda bimestriel.

Ma mission

Charte éditoriale, conseil éditorial, choix et organisation des contenus, des messages, écriture et réécriture de textes pour l'ESSentiel et rESSort.

Printemps 2015

En partenariat avec l'agence Pagination (Rixheim) : création graphique, mise en page, impression



Le Transfo, incubateur de l'ESS



Le contexte

Mise en place de la communication de cet incubateur de l'économie sociale et solidaire en Franche-Comté créé en juillet 2015.

Ma mission

Conception éditoriale et rédaction des contenus pour un dépliant A5, le site web, un kakemono et suivi de projet.

Été-automne 2015

Dépliant A5 // Voir aussi : www.letransfo-ess.fr

Avec La Ruche, coopérative de communication (Montbéliard-Besançon) : stratégie, création graphique...

Communauté de Communes de Thann-Cernay

Le contexte

Réalisation du numéro 4 du magazine.

Ma mission

Accompagnement éditorial (organisation des contenus), rédaction des textes.

Parution juillet 2015

Avec Apside&Co, studio graphique (Mulhouse) : mise en page



À lire sur mon blog

Communication mode d'emploi

- Responsive design : adapter son site web aux nouveaux usages (30/10/2015)
- Communication locale : les citoyens bien informés ? (09/10/2015)
- Parole publique et confiance : des progrès à faire (10/09/2015)
- Communication intercommunale : quelles évolutions ? (20/04/2015)
- Les maires et leur communication : du rêve à la réalité (19/02/2015)
- Comprendre votre agence de communication (07/02/2015)
- Le bulletin communal : la star de l'info (25/11/2014)

La vie des mots

- Eponyme ou homonyme ? (30/11/2015)
- Pourquoi un homme sage-femme est-il un maïeuticien ? (20/11/2015)
- Majusculte aigüe : comment résister ? (20/09/2015)
- Déchèterie ou déchetterie ? (10/06/2015)
- Le certificat Voltaire (27/02/2015)

Suivez mon fil d'info

www.cmoser-communication.fr/feed/

La force d'un réseau

J'exerce mon activité au sein de la coopérative d'activité et d'emplois Coopilote (Montbéliard-Besançon).



J'interviens aussi pour son agence de communication intégrée, la ruche (création graphique, web...)



Pour en savoir plus

www.coopilote.com
www.laruche.pro