

FORGER LA RÉPUTATION ET L'ATTRACTIVITÉ DE L'ORGANISME

COMMENT MANAGER UNE STRATÉGIE
DE COMMUNICATION GLOBALE ?



Paris - 27 et 28 juin 2013

Le modèle du logement social change. Les territoires se redéfinissent. Les réglementations liées à l'habitat évoluent. Dans ce contexte incertain, les services communication ont plus que jamais un rôle à jouer pour accompagner le développement de leur organisme.

Mais pour que la stratégie de communication soit réellement créatrice de valeur ajoutée, elle doit être accolée au projet de l'entreprise et inscrite dans une stratégie d'ensemble :

- Il lui faut contribuer à la bonne réputation de l'organisme
- Elle doit mettre en valeur les actions et les résultats auprès des parties prenantes
- Elle doit bien sûr parler aux habitants et répondre à leurs attentes
- Elle doit permettre de mobiliser les collaborateurs au service du projet de l'organisme

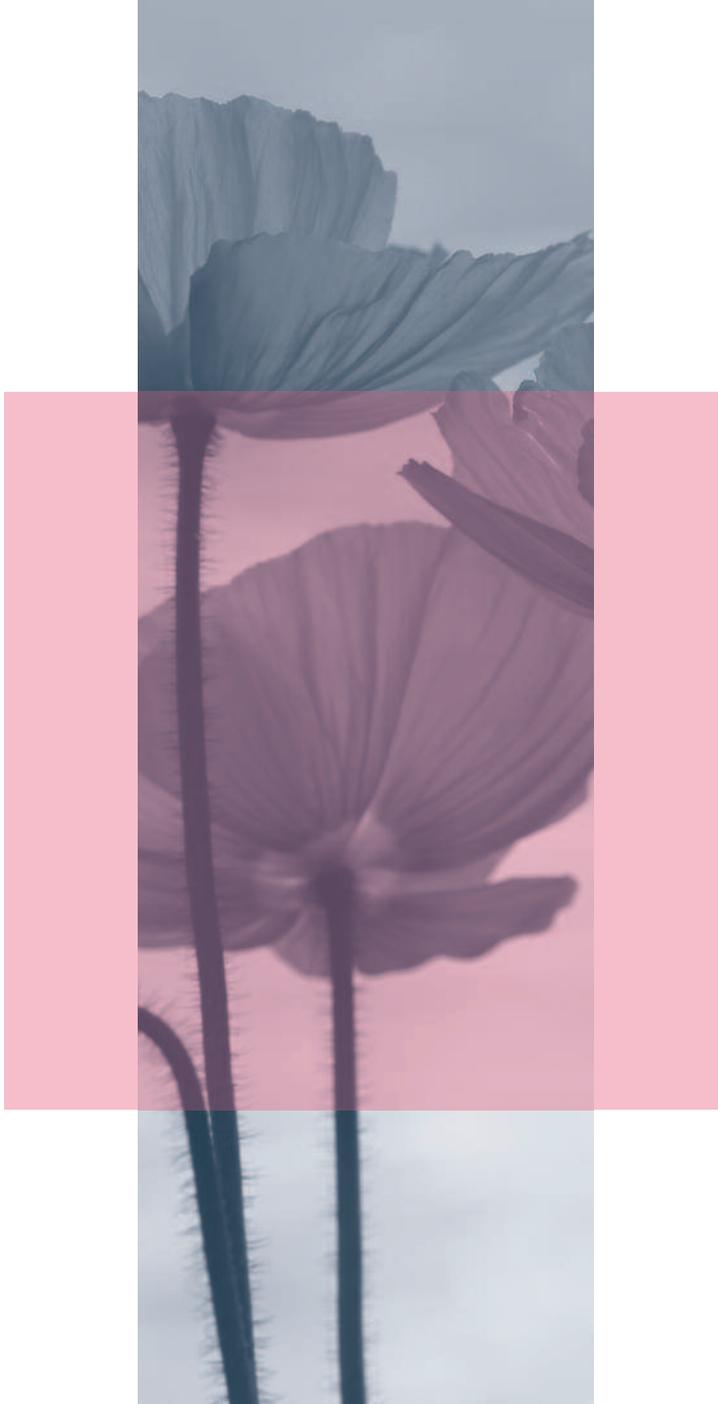
Comment, dès lors, faire de sa politique de communication un maillon fort du projet de l'entreprise ? Comment asseoir la légitimité du service communication auprès des différentes directions de l'organisme ?

Les 27 et 28 juin 2013, des experts de la com' ainsi que des professionnels issus d'entreprises privées et du logement social viendront témoigner de leurs pratiques. Nos travaux mettront en lumière les clés de réussite d'une politique de communication en organisme Hlm.

objectifs

Le séminaire se donnera les objectifs suivants :

- **Définir une stratégie et un plan de communication :**
 - pour consolider sa place sur le territoire et développer son attractivité
 - pour renforcer sa relation de proximité avec les locataires et parties prenantes : les démarches RSE modifient-elles les savoir-faire en la matière ?
- **Identifier le rôle d'un service Communication au sein d'un organisme Hlm :**
 - pour manager la communication en interne et accompagner les changements
 - pour favoriser l'adhésion des collaborateurs (managers, personnels de proximité...) à la stratégie de communication
- **Bâtir une communication d'influence efficace** auprès des leaders d'opinion et développer une relation constructive avec les journalistes
- **Repérer** les principes de fonctionnement de la communication de crise
- **Identifier les changements** induits par les technologies digitales (web 2.0, blogosphère, microblogging...) :
 - sur l'image de l'organisme et la construction de son "e.réputation"
 - sur la relation aux parties prenantes et aux locataires.



8h45

Accueil des participants

9h15

Introduction, présentation du séminaire

Laurine BOST-BADACHE, Consultante, Département Séminaire afpols

9h30

Quelle représentation sociale des Hlm aujourd'hui ?

Présentation du baromètre d'image et impacts sur la stratégie de communication du mouvement Hlm

Joachim SOËTARD, Directeur de la Communication et des Revues, Délégation Générale, Union Sociale pour l'Habitat

10h

Pause

10h15

Bâtir une communication de proximité pour rendre lisible le projet de l'entreprise : s'inspirer des bonnes pratiques hors logement social

a) La stratégie de communication de la Banque Postale :

Comment se construit un plan de communication sur le marché de la banque de détail ?

Alexandre BROUILLOU, adjoint au Directeur de la Communication Commerciale, La Banque Postale

11h15

b) Travaux en sous-groupes : les transferts d'expériences possibles d'un secteur à l'autre.

Repérer dans la stratégie de communication mise en œuvre par la Banque Postale ce qui serait susceptible d'enrichir les pratiques de communication existantes dans les organismes Hlm

Olivier BAS, Vice Président, Havas Worldwide Paris
Stéphane MOUTY, marketing et relations publiques, La Banque Postale

12h30

Déjeuner

14h

Le rôle du service Communication au sein d'un organisme Hlm : entre "conseil interne" et "fournisseur de services"

a) Mettre en place une stratégie de co-construction des actions de communication avec les équipes

- Intervenir en amont des projets
- Accompagner les équipes pour transformer les messages "techniques" en messages communicants pour les locataires comme pour les partenaires

b) Construire une communication de proximité efficace : cas concrets autour d'une campagne de sensibilisation sur la propreté

- Impliquer les personnels de proximité pour qu'ils soient auteurs et porteurs de slogans de communication auprès des locataires
- Varier les modes d'intervention et les supports de communication

Lucie GARRET, Directrice communication, Plaine Commune Habitat

15h

La communication : vecteur de repositionnement de l'organisme sur son territoire

Dans un contexte de marché détendu et de perte d'attractivité de son parc de logement social, l'OPH de Limoges a souhaité déployer une nouvelle stratégie de communication à l'aide d'un cabinet conseil :

- Réaffirmer son identité pour être davantage en adéquation avec le territoire : un changement de nom et de logo
- Impliquer les parties prenantes et changer l'image de l'organisme par l'organisation d'un colloque sur la place du logement social à Limoges
- Faire évoluer la relation aux locataires et aux demandeurs de logements sociaux par une rénovation de la politique d'accueil clients
- Agir sur l'organisation interne de l'organisme et le management de la communication par :
 - l'élaboration de logigrammes pour redonner à la communication son rôle d'outil au service des Directions de l'organisme
 - rendre les différents Services et Directions parties prenantes du plan de communication
 - mettre en place un dispositif de pilotage et de suivi (copil com')

Jonathan COIFFARD, Chargé de communication, OPH de Limoges

Julia CLÉMENT, consultante, Habitat et Territoires Conseil

16h15

Pause

16h30

La communication dans un contexte RSE : un changement de paradigme ?

a) Comment la stratégie de communication accompagne le projet d'entreprise

- Les clés de mise en œuvre d'un plan de communication
- Les spécificités de la rédaction d'un rapport d'activités RSE fondé sur des données tangibles et selon un principe de redevabilité

b) Accepter de communiquer sur les "tops et les flops" : dévoiler ses insuffisances peut paradoxalement renforcer la crédibilité de l'organisme à moyen et long terme

c) La communication au service de la coproduction avec les parties prenantes internes comme externes (CE, associations de locataires, collectivités locales...)

d) Communication managériale : pour une politique de communication traduite et portée par les managers de l'organisme

- Rechercher des alliés en interne ou comment identifier les "traducteurs", les "accompagnateurs" susceptibles de mettre en lumière les signaux faibles et forts du fonctionnement de l'organisation et de faire des feed-back
- Intégrer la communication à la fonction de manager : le rôle d'accompagnement du chargé de communication
- Mettre en place des outils : newsletter, élaboration en groupes de travail du kit de communication

Philippe FRACCHIOLLA, Directeur clientèle et communication, Société Dauphinoise pour l'Habitat

18h

Clôture de la journée

vendredi 28 juin

8h15

Accueil

8h30

Introduction aux ateliers : le triptyque médias / communication d'influence / communication interne : la clé d'une communication réussie

Olivier BAS, Vice-Président, Havas Worldwide Paris

9h ATELIERS

Atelier 1 : Comment bâtir une communication d'influence auprès des leaders d'opinion pour améliorer la réputation de mon organisme

- Cartographier son système acteur
- Identifier leurs différents pouvoirs d'influence
- Bâtir une stratégie relationnelle

Nourdine CHERKAOUI – Directeur Havas Coaching

Atelier 2 : Comment mettre en place et entretenir une relation constructive avec les journalistes pour que les médias parlent positivement de mon organisme

- Réaliser un diagnostic de la relation entre son organisme et les médias locaux.
- Que dire à la presse pour être "repris" : le choix du sujet, le choix de l'angle.
- Bâtir une relation dans la durée avec les journalistes.

Yasmine DECAN-MARTIN – Directrice générale DIATOME

Atelier 3 : Comment la communication interne peut-elle accompagner les changements vécus par mon organisme

- Identifier les différents types de changements auxquels mon organisme peut être confronté
- Positionner les collaborateurs face à ces changements (réceptifs, hésitants, indifférents, opposants)
- Bâtir un dispositif de communication interne adapté

Olivier BAS, Vice-Président, Havas Worldwide Paris

11h15

Pause

11h30

Synthèse des ateliers en plénière et débats

12h30

Déjeuner

Bulletin d'inscription

Communication • 27 & 28 juin 2013

14h

Comment le web 2.0 et les réseaux sociaux révolutionnent la manière de faire de la communication

Impossible aujourd'hui de bâtir une stratégie de communication sans prendre en compte la révolution numérique :

- Quelles sont les grandes tendances à prendre en compte : blogosphère, réseaux sociaux, communication mobile...
- Comment les citoyens s'informent et se forgent une opinion sur le net
- Comment une réputation se construit ou se malmène sur le net
- En quoi et comment les organismes peuvent-ils utiliser au mieux la communication digitale :
 - Maîtriser sa "e.réputation" en cas de crise ou de polémique
 - Faire de "l'information service" auprès des locataires grâce à la communication mobile

Stéphane GUERRY – Directeur Général de Saatchi&Saatchi-Duke (Groupe Publicis)

16h

Clôture de la journée

Nom _____

Prénom _____

Fonction _____

E-mail _____

Organisme _____

Adresse _____

CP _____ Ville _____

Téléphone _____

Personne à contacter _____

Fait à : _____ le : _____

Signature

**Forger la réputation et l'attractivité de l'organisme
Comment manager une stratégie de communication globale ?**

Novotel La Défense

2, bd de Neuilly • 92081 La Défense

Coût par participant : 1 480 €

Hors hébergement et repas du soir • Repas de midi compris
Cotisation de l'organisme à l'afpols obligatoire.

Bulletin à découper et à retourner à Victoria Esteban
afpols, 2 rue Lord Byron, 75008 Paris
Tél. 01 40 75 79 04 • Fax. 01 40 75 04 21
v.esteban.afpols@union-habitat.org



Paris • 27 & 28 juin 2013

FORGER LA REPUTATION ET L'ATTRACTIVITÉ
DE L'ORGANISME
COMMENT MANAGER UNE STRATÉGIE
DE COMMUNICATION GLOBALE ?

Novotel La Défense
2, bd de Neuilly • 92081 LA DEFENSE
Tél. 01 41 45 23 23
Métro : Ligne 1 Esplanade de La Défense
RER A La Défense



NOUS CONTACTER

Victoria Esteban
Tél. 01 40 75 79 04 • v.esteban.afpols@union-habitat.org
Afpols • 2 rue Lord Byron • 75008 Paris
Fax. 01 40 75 04 21