

Définition (1/2)

- Démarches et actions entreprises par une institution
 - ✓ Organiser la circulation des messages;
 - ✓ Créer et maintenir un climat interne sain;
 - ✓ Motiver et mobiliser les ressources humaines;
 - ✓ Entretenir des rapports d'entente et de fidélité avec les partenaires.

Définition (2/2)

- Faire valoir son image et sa notoriété;
- Discours d'une organisation sur elle-même, sur sa nature spécifique. Elle reflète ce qu'on appelle « la culture-maison », fondée sur sa personnalité, ses principes et ses performances.

Types de communication institutionnelle

❖ Deux types d'actions parallèles

- Communication interne vise la population interne
- Communication externe vise les partenaires externes

Communication interne (1/5)

- **Fonctions :**

- ✓ Informer : les collaborateurs sur les événements et décisions importantes;
- ✓ Ecouter : connaître l'opinion des différents agents sur certaines actions ou démarches spécifiques;

Communication interne (2/5)

- **Fonctions :**

- ✓ Motiver : rechercher et activer les ressources internes en donnant un sens positif au travail et en reconnaissant l'effort.
- ✓ Harmoniser : chercher à favoriser les lieux de convergence des agents en parlant d'une voix.

Communication interne (3/5)

- **Mouvements :**
 - ✓ Communication descendante;
 - ✓ Communication ascendante;
 - ✓ Communication horizontale.

Communication interne (4/5)

- **Outils et supports :**
 - ✓ La note de service et la note d'orientation,
 - ✓ Le rapport et le compte rendu,
 - ✓ La réunion, l'entretien,
 - ✓ Le journal interne,

Communication interne (5/5)

- **Outils et supports :**
 - ✓ Le sondage, l'audit,
 - ✓ L'affichage,
 - ✓ Le téléphone,
 - ✓ Le courrier électronique et l'intranet.

Communication externe (1/7)

- Institution : acteur social,
- Relations et échanges avec :
 - ✓ le citoyen, les opérateurs socio-économiques,
 - ✓ les pouvoirs publics, les collectivités locales,
 - ✓ les établissements de formation, etc.
- Harmonisation des actions de communication en interne et externe.

Communication externe (2/7)

- **Fonctions :**

- ✓ Informer les différents partenaires
- ✓ Etre à leur écoute.
- ✓ Se positionner dans son propre environnement politique, économique, social et professionnel.
- ✓ Entretenir avec ces acteurs des rapports de confiance
- ✓ Valoriser l'image de l'institution à l'extérieur.

Communication externe (3/7)

- ❖ **Leviers** : les relations publiques, le parrainage et la communication événementielle.
- ❖ **Relations publiques** : connaître et se faire connaître
 - Etablir et développer des relations de confiance;
 - Développer une image cohérente avec les objectifs prioritaires.

Communication externe (4/7)

- **Actions dans plusieurs champs :**
 - ✓ Les relations avec le citoyen,
 - ✓ Les relations avec les médias,
 - ✓ Les relations avec les institutionnels,
 - ✓ Les relations avec les opérateurs socio-économiques.

Communication externe (5/7)

- **Le parrainage :**
 - ✓ Consiste à associer le nom de l'institution à une activité ou à une manifestation donnée, en donnant une contribution financière;
 - ✓ Cherche à délivrer un message à un public ciblé, à valoriser son image et à assurer son insertion dans le tissu social.

Communication externe (6/7)

- **Parrainage** : 02 types
 - ✓ L'un à caractère commercial, le sponsoring : parrainage avec contrepartie; retombées attendues dans l'immédiat.
 - ✓ L'autre à caractère social, le mécénat : parrainage sans contre partie; retombées attendues dans le long terme.

Communication externe (7/7)

- **La communication événementielle :**
 - ✓ Rassemblement autour de l'institution des partenaires internes et externes.
 - ✓ Occasion de rediffuser des messages institutionnels en créant un effet émotionnel qui laisse une image, hommage à une personnalité.