



L'Académie des Compétences

Catalogue de formation 2023



Edito

Renforcer ses qualités d'écoute et d'adaptation : décoder le vrai message de son interlocuteur, pratiquer l'art du questionnement et de la reformulation, trouver l'attitude, le ton et les mots qui facilitent l'échange

Découvrir les pièges de la communication pour les éviter : repérer les questions-pièges, la communication non verbale, rester maître de ses émotions

S'exprimer à l'oral : Apprivoiser son trac, mieux cerner ses qualités et savoir les valoriser, transformer le retour de ses interlocuteurs en pistes de progrès. Se préparer à la prise de parole en public : l'art du « body language » : sa voix, ses gestes, son regard, sa respiration, maîtriser les silences, laisser parler ses émotions, développer son charisme. Structurer clairement son intervention orale : Analyser objectivement le contexte d'intervention, organiser ses idées par un plan détaillé

S'affirmer dans ses interventions : asseoir sa présence et développer son sens de la répartie, canaliser et maîtriser les échanges

SOMMAIRE

COMMUNICATION

- Prise de parole en public 5
- Rédiger un discours et structurer son message 6
- Média-training : réussir ses interventions face aux médias 7
- Communiquer en situation de crise 8

COMMUNICATION 2.0

- Maîtriser le B.A.-BA des réseaux sociaux 10
- Améliorer son image et communiquer sur les réseaux sociaux 11
- Recourir aux outils du numérique : gestion interne 12
- Communication en situation de crise : sécuriser sa e-réputation 13

QUESTIONS SOCIETALES

- Laïcité et valeurs républicaines 15
- Inclusion et lutte contre les discriminations 16
- Anticiper et appréhender les nouveaux risques sociaux 17
- Prévention de la radicalisation 18

TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE

- Introduction à la transition écologique et énergétique 20
- La ville de demain : une ville verte ? 21
- Gérer les déchets à l'heure de l'économie circulaire 22
- La gestion des déchets alimentaires 23

AFFAIRES PUBLIQUE

- Communication d'influence oratoire 25
- Droit du lobbying 26
- Réseaux relationnels et réseaux d'influence 27

AUTRES

- Mieux travailler ensemble et mieux se connaître 29
- Préparation et animation de réunions 30
- Gestion de projet et organisation du travail 31
- Gestion de conflits, des incivilités et prévention des agressions 32
- Management de proximité 33

COMMUNICATION



PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

RÉDIGER UN DISCOURS ET STRUCTURER SON MESSAGE

MEDIA-TRAINING : RÉUSSIR SES INTERVENTIONS FACE AUX MÉDIAS

COMMUNIQUER EN SITUATION DE CRISE

Prise de parole en public

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Exercices pratiques, mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

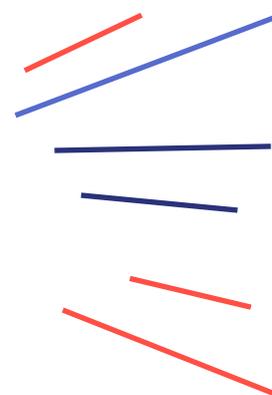
Acquis recherchés

Exposer clairement son propos

Utiliser les techniques efficaces de
présentation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Ordonner ses **idées** et véhiculer son **message**
- Développer son **charisme**
- Développer son **éloquence** et construire son **argumentaire**
- Accroître son **art du récit**
- Savoir déjouer les **objections** et les **questions-pièges**
- Développer son **aisance oratoire** en public
- Gagner en **pouvoir de conviction**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Renforcer ses qualités d'écoute et d'adaptation** : décoder le vrai message de son interlocuteur, pratiquer l'art du questionnement et de la reformulation, trouver l'attitude, le ton et les mots qui facilitent l'échange
-  **Découvrir les pièges de la communication pour les éviter** : repérer les questions-pièges, la communication non verbale, rester maître de ses émotions
-  **S'exprimer à l'oral** : Apprivoiser son trac, mieux cerner ses qualités et savoir les valoriser, transformer le retour de ses interlocuteurs en pistes de progrès
-  **Se préparer à la prise de parole en public** : l'art du « body language » : sa voix, ses gestes, son regard, sa respiration, maîtriser les silences, laisser parler ses émotions, développer son charisme
-  **Structurer clairement son intervention orale** : Analyser objectivement le contexte d'intervention, organiser ses idées par un plan détaillé
-  **S'affirmer dans ses interventions** : asseoir sa présence et développer son sens de la répartie, canaliser et maîtriser les échanges



**DIAGNOSTIC ET ÉVALUATION À L'AIDE DE NOTRE OUTIL
DE RÉALITÉ VIRTUELLE**



Rédiger un discours et structurer son message

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Exercices pratiques | mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

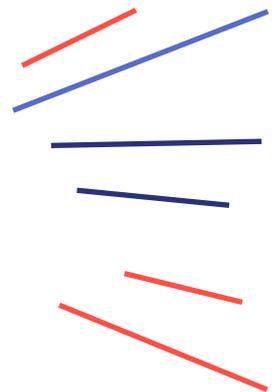
Acquis recherchés

Savoir présenter son discours et ses objectifs

Capter l'attention de son auditoire pour transmettre son message

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à **préparer le contenu de son intervention**
- Savoir **structurer ses idées** et les mettre sur papier
- **Ajuster son discours** en fonction du public
- **Déterminer ses objectifs** et préparer son intervention en conséquence
- **Acquérir la méthodologie** de la rédaction de discours
- Augmenter son **pouvoir de persuasion**
- **Construire ses arguments** pour rendre ses **propos convaincants**
- Capter l'attention de son auditoire avec une **accroche et une chute percutante**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Préparer efficacement un discours** : Les objectifs stratégiques et opérationnels d'un discours percutant ; Les temps forts pour structurer son discours ; L'importance de l'introduction et de la conclusion
- 🎓 **Habiller son discours** : Optimisation des différents temps stratégiques (l'émotion, le lieu, vidéos, etc) ; L'interactivité provoquée
- 🎓 **Augmenter le pouvoir de conviction** : La communication narrative. Illustration par le concret



Média-training : Réussir ses interventions face aux médias

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Exercices pratiques, mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

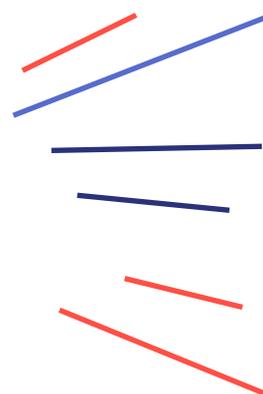
Acquis recherchés

Connaître et maîtriser le déroulement de l'interview

Déjouer les pièges du journaliste et mener l'interview en donnant de la teneur à ses propos

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir **élaborer le contenu du message** : bien construire le message, cibler son public, adapter son accroche et sa conclusion
- Maîtriser les règles de **déroulement d'une interview**, comprendre les attentes et réflexes des journalistes
- Travailler **la formulation de son message**
- **Structurer et synthétiser sa pensée**
- S'adapter au jeu des questions-réponses avec le journaliste pour **donner de la teneur à son propos**
- Identifier **les attentes du journaliste** et éviter les questions pièges



CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Bien communiquer avec les médias** : Qui sont les journalistes ? Comment travaillent-ils ? Les règles à respecter face aux médias ; Les bonnes pratiques à connaître
-  **Mise en pratique - les règles de l'interview** : Bien préparer son interview ; Alternance d'apports théoriques, mises en situation pratiques (interviews filmées) et débriefs individualisés. ; Rodage des réponses appropriées et des arguments
-  **Mise en pratique - le déroulé de l'interview** : Quelle attitude adopter face à l'intervieweur ? Comment maîtriser son stress ? Construire et faire passer l'information : La vulgarisation de l'information ; La durée de son intervention



Communiquer en situation de crise

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Exercices pratiques | mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

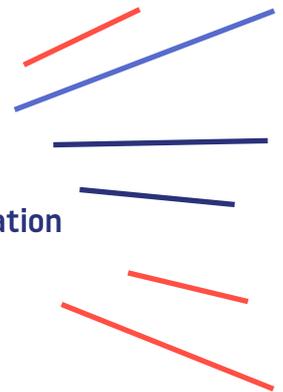
Acquis recherchés

Savoir communiquer sur une situation de crise en évitant les pièges et les dangers de la communication dans l'urgence

Connaître les outils de gestion de crise et savoir les utiliser au bon moment, au bon endroit

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier le **phénomène de crise** pour mieux s'y préparer
- Comprendre le **phénomène de rumeur** en psychologie sociale
- Gestion et communication de crise : **Quels outils ? Quelles actions ?**
- Mettre en oeuvre les dispositifs spécifiques et **représenter son organisation devant les médias**
- Composer, diriger et animer sa **cellule de crise**
- Analyser le **phénomène de bad buzz** et **repérer les fake news**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Anticiper la crise médiatique** : Les parties prenantes et leurs réactions en situation de crise ; La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes ; Anticiper et identifier les messages à délivrer
- 🎓 **Structurer une communication adaptée au scénario de crise** : Les trois stratégies à connaître pour sortir de la situation de crise. Activer le dispositif et la cellule de crise. Le projet de communication de crise ; Organiser l'information et connaître les erreurs à éviter ; La diffusion rapide de l'information ; Cas pratique : appliquer un scénario de crise préétabli
- 🎓 **L'après-crise - une étape importante à soigner** : Le bilan post-crise ; La mise en place et le suivi du tableau de bord ; La définition des indicateurs et la mesure des écarts ; La préconisation des bonnes pratiques suite à l'évaluation de la crise



COMMUNICATION 2.0



MAÎTRISER LE B.A.-BA DES RÉSEAUX SOCIAUX

AMÉLIORER SON IMAGE ET COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

RECOURIR AUX OUTILS DU NUMÉRIQUE : GESTION INTERNE

COMMUNICATION EN SITUATION DE CRISE :
SÉCURISER SA E-RÉPUTATION

Maîtriser le B.a.-Ba des réseaux sociaux

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Salle informatique ou tablette numérique,
exercices pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Identifier les nouveaux usages et
les enjeux du numérique

Mettre en place et maîtriser sa e-reputation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Panorama des **médias sociaux**
- **Définition, usages et chiffres-clés** des réseaux et médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- **Identité numérique**, « personal branding » et « e-réputation » : l'importance des moteurs de recherche
- **Les enjeux des nouveaux usages du digital** et des **médias sociaux**
- Mettre en place un **dispositif de veille**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Identifier les nouveaux usages du Digital** : Les internautes acteurs de leur communication
Définir les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective
- 🎓 **Panorama des médias sociaux** : Usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat Blogs, wikis : quels usages ?
- 🎓 **Utiliser les réseaux sociaux et les médias sociaux** : Cas pratique : mise en situation
- 🎓 **L'e-réputation et la veille en ligne** : Mettre en place un dispositif de veille : Identité numérique et e-réputation



Améliorer son image et communiquer sur les réseaux sociaux

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas | Cas pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Être en capacité de valoriser les projets de sa collectivité sur les réseaux sociaux

Rendre visible sa collectivité et les projets de son territoire

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Communiquer son projet** efficacement sur les médias sociaux
- Identifier les réseaux les plus adaptés et fixer son **plan de communication digital**
- **Soigner sa communication**, maîtriser le risque d'incompréhension
- Mettre en place une stratégie en matière de **e-réputation**
- Répondre efficacement aux rumeurs et mises en cause
- **Utiliser les médias sociaux** : cibles, usages, avantages et inconvénients
- La pertinence du **SWOT digital**
- **Augmenter sa visibilité**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Définir ses objectifs** : développer sa notoriété, adapter sa visibilité, améliorer son image, bâtir une communauté engagée
- 🎓 **Cas pratique** : introduction à la technique SMART
- 🎓 **Définir une ligne éditoriale claire et soigner ses contenus** : Proposer un contenu riche, apprendre à faire de la curation en partageant des articles et/ou des infographies de qualité, maîtriser les règles de diffusion de contenu, maîtriser les messages transmis sur les médias sociaux
- 🎓 **Choisir les médias sociaux adaptés au message, à la cible et à l'objectif** : Identifier les différents objectifs des réseaux sociaux, adapter sa communication aux différents réseaux sociaux



Recourir aux outils du numérique : gestion interne

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas | Cas pratiques

Public visé (10 à 15 personnes)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Être en capacité d'utiliser les outils de
gestion de projets digitaux

Maîtriser la communication interne de sa
collectivité

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier les outils les plus adaptés au suivi de projet
- Maîtriser les **outils de gestion de projets** (Slack, Monday, Trello, etc.) pour suivre en temps réel l'évolution de ses projets
- **Utiliser ses listes d'email** pour communiquer au bon moment avec les bonnes personnes
- **Construire un tableau de suivi** adapté pour répondre aux besoins de ses équipes

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Élaborer un plan de communication interne efficace** : Hiérarchiser les objectifs et les croiser avec les contraintes de l'entreprise ; Élaborer un plan de communication interne. Les 10 pièges à éviter en communication interne ; Organiser et animer un réseau intranet
- 🎓 **Piloter son activité via des tableaux de bord flexibles et opérationnels** : Les objectifs et la finalité des tableaux de bord ; Choisir des indicateurs pertinents ; Mettre en place un système de recueil de l'information
- 🎓 **Utiliser efficacement l'intranet en communication interne** : Les services les plus utilisés au quotidien ; Intranet et systèmes collaboratifs : les nouvelles tendances ; Les réseaux sociaux dans les collectivités territoriales : effet de mode ou véritable révolution ?
- 🎓 **Mesurer l'efficacité de sa stratégie et de ses actions de communication interne** : Mettre en œuvre une évaluation quantitative et qualitative ; Mesurer le ROI (Return On Investment) de vos actions ; Cas pratique : refonte d'un journal interne

Communiquer en situation de crise : sécuriser sa e-réputation

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas | Cas pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Savoir s'adapter rapidement, évaluer la situation et réagir diligemment

Préserver sa réputation digitale et maintenir des résultats positifs sur les moteurs de recherche

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer les réseaux sociaux dans sa veille et sa **stratégie de communication**
- Apprendre à anticiper et/ou **gérer la crise** sur les réseaux sociaux et internet
- Définir la crise, sa dynamique et ses conséquences pour l'image
- **Gérer sa e-réputation** et éviter la contamination
- Combiner les outils online sur les media sociaux, « dark site », blog de crise, réseaux sociaux



CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Introduction à la e-réputation** : Qu'est-ce que la e-réputation ? Différences entre e-réputation, Identité numérique, « corporate », « personal branding » ; Les enjeux de l'e-réputation, le référencement naturel
- 🎓 **Anticiper la crise** : L'identification des parties prenantes et leurs réactions en situation de crise , La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes. ; Anticiper et identifier les messages à délivrer ; La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes ; Anticiper et identifier les messages à délivrer
- 🎓 **Établir une veille de son e-réputation** : Prévenir les risques et recueillir de l'information ; Organiser sa veille sur les médias sociaux, Organisation de la gestion de la e-réputation
- 🎓 **Réagir à la crise** : Mise en œuvre de la négociation face aux détracteurs ; Connaître et identifier les profils de sa communauté Web

QUESTIONS SOCIÉTALES



LAÏCITÉ ET VALEURS RÉPUBLICAINES

INCLUSION ET LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

APPRÉHENDER ET ANTICIPER LES NOUVEAUX RISQUES SOCIAUX

PRÉVENTION DE LA RADICALISATION

Laïcité et valeurs républicaines

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Connaître l'histoire de la laïcité et sa place dans
l'environnement législatif français

Savoir adapter sa posture et son langage

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les **fondements historiques et philosophiques de la laïcité**
- Connaître son application juridique : **laïcité et service public**
- Être en mesure de répondre à des demandes touchant au **principe de laïcité** et d'adopter une posture professionnelle et un langage adapté
- Savoir réagir face à une situation conflictuelle ou relative au non-respect du principe de laïcité



CONTENU PÉDAGOGIQUE



-  **L'histoire de la laïcité** : représentations et enjeux
-  **L'approche juridique de la laïcité** : laïcité et service public, religion et entreprise privée
-  **Laïcité** : laïcité et nourriture ritualisée, laïcité et pratiques culturelles, laïcité et associations de loi 1905, reconnaissance et subventions aux associations et édifices culturels
-  **Mixité et laïcité** : relation homme/femme et laïcité, exigences culturelles et laïcité
-  **Laïcité et relation éducative** : laïcité à l'école, les règles de droit



Inclusion et lutte contre les discriminations

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Inscrire son action dans un cadre de neutralité
et d'égalité républicaine

Rester vigilant face aux risques de discrimination
et préserver la diversité

OBJECTIFS DE LA FORMATION



- Racisme, antisémitisme, discrimination : définitions ?
- Prendre conscience de ses propres **stéréotypes**, il s'agit d'éveiller la vigilance sur ses propres stéréotypes et de s'interroger sur leurs éventuels impacts dans le quotidien professionnel
- Agir en tant que salarié et porter des **valeurs de neutralité**, d'efficacité du service public et d'**égalité républicaine** en inscrivant son action dans un cadre de **non-discrimination et de diversité**

CONTENU PÉDAGOGIQUE



-  **Critères de discrimination et exemples de situation** : Appréhender les différents critères de discrimination ; Notion de traitement discriminatoire
-  **Les phénomènes de discrimination au sein de la fonction publique** : Comprendre les catégorisations ; les stéréotypes ; les préjugés
-  **La discrimination au cœur des enjeux de l'égalité** : Que dit la loi ? Comment agir en tant que salarié ?
-  **Les acteurs de la lutte contre les discriminations** : Le rôle des associations



Appréhender et anticiper les nouveaux risques sociaux

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Savoir réagir et gérer les événements à risques

Connaître et savoir utiliser les procédures juridiques

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Identifier la menace** et ses différents aspects : panorama des actions violentes, évolutions des menaces et des modes opératoires
- Pouvoir expliquer comment détecter les activités et comportements potentiellement suspects et **connaître les procédures ad hoc de signalement**
- Mettre en place les mesures de **prévention et de protection**
- **Savoir réagir** face aux actions violentes, dont les attaques terroristes
- **Savoir gérer** l'après-événement



CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  Le repérage des menaces
-  La radicalisation
-  Le terrorisme et les médias
-  La préparation du personnel
-  Les signaux faibles
-  La prise en charge des espaces et des techniques de défense
-  Les procédures d'urgence
-  Les tests grandeur nature



Prévention de la radicalisation

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Savoir réagir face à un individu potentiellement radicalisé

Savoir prévenir les risques sur sa commune

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Discerner le **processus de radicalisation** violente
- Contexte **historique et géopolitique**
- Comprendre les techniques d'**endoctrinement et de conditionnement**
- Détecter les **faisceaux d'indices**, les risques de basculement et procéder à un signalement
- Mettre en place une **stratégie de prévention** interne et externe
- Appréhender les **réseaux de financement** et de **prosélytisme sectaire**
- Développer les **outils et des indicateurs** de suivi
- Elaborer des projets en lien avec la **prévention de la radicalisation**
- Identifier les leviers de financement de l'Etat : **FIPDR** (Fond interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation).



CONTENU PÉDAGOGIQUE



-  **Les définitions et notions fondamentales de la radicalisation** : Radicalisation violente, prosélytisme, fondamentalisme
-  **Les formes d'extrémisme violente**
-  **Le processus de radicalisation** : L'endoctrinement virtuel vers l'embrigadement dans le monde réel
-  **Le repérage des situations à risque et des indicateurs de basculement**
-  **Le travail des services de renseignement**
-  **L'identification des procédures d'alerte et de signalement**
-  **Les stratégies d'intervention** : Prévention, repérage, accompagnement
-  **La mise en œuvre des actions de coordination et de prévention dans le cadre des CLSPDR** (Le conseil local de sécurité et de prévention de la délinquance et de la radicalisation)



TRANSITION ÉCOLOGIQUE & SOCIALE



— INTRODUCTION À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE —

— LA VILLE DE DEMAIN : UNE VILLE VERTE ? —

— GÉRER LES DÉCHETS À L'HEURE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE —

— LA GESTION DES DÉCHETS ALIMENTAIRES —

Introduction à la transition écologique & énergétique

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Maîtriser les outils des politiques publiques favorisant la transition écologique

Savoir mener son projet en sollicitant les différentes parties prenantes

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mesurer les enjeux du changement climatique
- Comprendre les enjeux de la transition écologique
- Identifier les acteurs économiques de la transition énergétique
- Connaître la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte (TEPCV)
- Déterminer la place et le rôle du salarié
- Donner les outils aux salariés pour élaborer une politique de transition écologique

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Qu'est-ce que la transition énergétique ?** Comment la transformer en opportunité ? Quels stratégies, pratiques et outils ? Comment maîtriser sa facture énergétique ? Énergies fossiles versus énergies renouvelables
- 🎓 **L'aménagement du territoire ; Mise en œuvre locale de la transition :** Repenser l'aménagement du territoire avec les usagers ; Organiser la mobilité.
- 🎓 **Le bâti versus la transition énergétique :** Utiliser des ressources locales ; L'habitat non énergivore ; Le patrimoine
- 🎓 **La transition écologique inscrite dans un processus social :** Co-construction et partenariat avec les associations ; Étude de cas : l'impact sur les menus des cantines

La ville de demain : une ville verte ?

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Cas pratiques et mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Pouvoir mener des actions innovantes pour
une ville plus verte

Maîtriser les étapes de la constitution d'un
dossier de financement pour vos projets
éligibles

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Appréhender **les enjeux de la ville verte** en France et les problématiques auxquelles les villes françaises sont confrontées
- **Repenser la ville de demain** en intégrant à la politique des territoires les moyens d'**affronter les défis sociaux et environnementaux**
- Maîtriser les tendances en matière d'**aménagement paysagers** et les expérimentations ou innovations prometteuses
- Rendre vos **projets éligibles aux financements adéquats**

CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Introduction à la méthodologie de diagnostic sur sa ville**
-  **La nature en ville, comprendre pour agir** : La nature en ville : qu'est-ce que c'est ? Quelle forme prend-elle ? Écologie urbaine ; la ville comme écosystème support de vie ; Évolution de la représentation de la nature dans l'urbanisme
-  **Stratégies en faveur de la nature, acteurs et outils** : Présentation de la multiplicité des échelles et des temporalités ; Stratégie « nature en ville » : pourquoi ? comment ? exemples ; Présentation rapide des outils à disposition des collectivités pour concrétiser la prise en compte de la nature dans son développement
-  **La participation des citoyens aux espaces de nature en ville** : La perception de la nature par la population ; Présentation des possibilités : concertation, gestion participative (jardins par exemple), suivi participatif, sensibilisation, pédagogie

Gérer les déchets à l'heure de l'économie circulaire

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Approche théorique, analyse de cas pratiques, échange de bonnes pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Identifier les nouveaux usages et les enjeux du numérique

Mettre en place et maîtriser sa e-reputation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les **obligations relatives à la gestion des déchets**
- Identifier les **stratégies de recyclage et de valorisation**
- Déterminer les **marges de manœuvre possibles**
- Mettre en place une **gestion exemplaire des déchets**

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **L'économie circulaire et les déchets** : Les 7 piliers de l'économie circulaire ; Économie circulaire, le déchet devient une ressource ; Présentation d'un cas emblématique
- 🎓 **Le réemploi et le recyclage** : Les « 5 R » ; Les freins actuels du recyclage ; Que deviennent vos déchets une fois triés ?
- 🎓 **La valorisation des biodéchets** : La nouvelle réglementation ; Les enjeux des circuits courts ; Les modèles réussis
- 🎓 **La valorisation des déchets secs** : Les règles du marché ; Les indispensables combustibles solides de récupération ; Les freins réglementaires
- 🎓 **Réflexion sur le territoire** : Comment introduire une stratégie circulaire ? Déterminer les marges de manœuvre ; L'indispensable prise en compte des impacts environnementaux et sociaux

La gestion des déchets alimentaires

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Approche théorique, étude de cas, échange de bonnes pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Connaître les obligations réglementaires régissant la collecte et le traitement des biodéchets

Savoir définir quel type de traitement des biodéchets mettre en place

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les nouvelles **obligations réglementaires**
- Saisir les enjeux autour du **traitement des biodéchets**
- Comprendre les atouts d'une **gestion maîtrisée des biodéchets**
- Trouver des **solutions adaptées** à son territoire
- Avoir les outils pour **mettre en place une collecte** et une **valorisation des biodéchets**

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Les directives européennes relatives aux déchets** : Opérer une transition vers l'économie circulaire ; Production responsable et lutte contre le gaspillage alimentaire ; Réduire la dépendance à l'égard des matières premières
- 🎓 **Les nouvelles obligations réglementaires** : Obligation de tri et obligation de valorisation ; Quels sont les secteurs concernés
- 🎓 **Les problématiques** : Collecte, Traitement, Financement
- 🎓 **Les stratégies de filières** : Penser économie circulaire ; Etablir une boucle vertueuse ; Mobilisation des acteurs
- 🎓 **Les bénéfices pour la collectivité** : Environnementaux, sociaux, sociétaux et économiques
- 🎓 **Etude de cas pratique** : Sycatom et Est Ensemble

AFFAIRES PUBLIQUES



COMMUNICATION D'INFLUENCE ORATOIRE

DROIT DU LOBBYING

RÉSEAUX RELATIONNELS ET RÉSEAUX D'INFLUENCE

Communication d'influence oratoire

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas et Mises en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Déterminer les cibles et son argumentaire en
lien avec de sa stratégie de communication

Développer son réseau relationnel

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser la **dimension politique** de ses communications
- Déjouer les manipulations et revenir sur son terrain
- Développer un **sens de la répartie** adapté et efficace
- Mettre en place une **stratégie de communication d'influence**
- Mesurer les enjeux d'une communication d'influence
- Recourir à une communication d'influence dans la relation

CONTENU PEDAGOGIQUE

- 🎓 **Mesurer les enjeux d'une communication d'influence** : Les moyens et les finalités de l'influence. Influence et information : quel lien ? Construire un réseau de relations ; Utiliser les médias à bon escient
- 🎓 **Mettre en place une stratégie de communication d'influence** : Bâtir une stratégie d'influence ; Identifier et cartographier ses parties prenantes ; Nouer des alliances
- 🎓 **Développer une communication d'influence dans la relation** : Le jeu des étiquettes. Rôles, cadre, règles, lois et éthique ; Anticipation des « pièges » et « attaques »

Droit du lobbying

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas et cas pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Aquis recherchés

Comprendre les enjeux du lobbying

Pour agir en amont, dès la mise en oeuvre du
processus décisionnel

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à recourir au lobbying pour anticiper ou régler des problèmes juridiques stratégiques
- Définir le rôle des responsables juridiques dans le lobbying
- Elaborer une stratégie juridique pour mettre en œuvre les actions de lobbying
- Maîtriser les techniques du lobbying juridique : cerner les enjeux
- Utiliser correctement les acteurs et vecteurs du lobbying

CONTENU PEDAGOGIQUE

-  **L'environnement juridique et institutionnel du lobbying** : Histoire du lobbying. Panorama des institutions nationales, communautaires et internationales. Introduction au droit parlementaire. Le conseil en lobbying et l'action de lobbying. Déontologie et pratique professionnelle du lobbying. Stratégie de communication et lobbying
-  **Maîtriser les techniques du lobbying juridique** : Cerner les enjeux - Mise en situation et analyse des règles d'or d'une action de lobbying réussie et des spécificités d'une action de lobbying européen par le biais d'exercices pratiques

Réseaux relationnels et réseaux d'influence

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Études de cas et cas pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Maîtriser la méthodologie pour développer et utiliser les réseaux relationnels

Faire appel à son réseau relationnel et cartographier les parties prenantes

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définition et **objectifs du lobbying**
- Comprendre **les moyens et les finalités de l'influence**
- Distinguer le **lobbying direct/indirect**
- Etre en capacité de **lier influence et information**
- Apprendre à construire un **réseau de relations**
- Identifier et cartographier **les parties prenantes**
- **Déterminer ses cibles et ses argumentaires**
- **Animer son réseau relationnel et maintenir les engagements** des différentes parties

CONTENU PEDAGOGIQUE

- 🎓 **Qu'est-ce que l'influence aujourd'hui ?** Définir les notions de lobbying, d'affaires publiques. Identifier les contours des champs d'exercice de l'influence. Reconnaître et évaluer la capacité d'influence des parties prenantes
- 🎓 **S'approprier le jeu des acteurs et le paysage institutionnel :** Panorama global des acteurs : décideurs et institutions publiques et politiques
- 🎓 **Maîtriser l'organisation institutionnelle et administrative**
- 🎓 **Préparer et déployer un programme opérationnel :** Analyser son projet. Définir un objectif et une stratégie. Elaborer une stratégie et penser à un programme opérationnel
- 🎓 **Savoir s'adresser à un décideur public :** Rédiger un courrier pour solliciter un entretien. Mener un entretien avec un décideur public

AUTRES



_____ MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE ET MIEUX SE CONNAITRE _____

_____ PRÉPARATION ET ANIMATION DE RÉUNIONS _____

_____ GESTION DE PROJET ET ORNISATION DU TRAVAIL _____

_____ GESTION DE CONFLITS, DES INCIVILITÉS ET
PRÉVENTION DES AGRESSIONS _____

Mieux travailler ensemble et mieux se connaître

🕒 1 journée / 7 heures

🎓 Pré-requis : Avoir passé le test MBTI en ligne minimum 2 semaines avant la formation

Pédagogie

Apport théorique, mise en situation pratique

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Améliorer ses relations interpersonnelles
Être plus productif grâce à la connaissance de soi
Maîtriser son intelligence émotionnelle
Identifier les responsabilités de soi
Développer son ouverture d'esprit

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les types de personnalité à travers le MBTI
- Développer sa conscience de soi et des autres
- Apprendre à utiliser les types de personnalité de manière constructive pour améliorer ses relations interpersonnelles et sa performance d'équipe

CONTENU PEDAGOGIQUE

Fondamentaux de la théorie des types de personnalité

- 🎓 Les origines par Carl Jung & Myers-Briggs
- 🎓 Les 4 fonctions cognitives
- 🎓 Les 16 types de personnalité

Définir son type de personnalité

- 🎓 Compréhension et confirmation de chaque lettre
- 🎓 Validation du type de personnalité
- 🎓 Lecture personnelle de son rapport

Fondamentaux de la théorie des types de personnalité

- 🎓 Mise en situation Introversiion/Extraversiion
- 🎓 Mise en situation Sensation/Intuition
- 🎓 Mise en situation Pensée/Sentiment
- 🎓 Mise en situation Jugement/Perception

Préparation et animation de réunions

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Approche théorique et mise en situation à travers des cas pratiques. Échanges collaboratifs. Méthode SAVI

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Savoir préparer et démarrer une réunion, poser le cadre et capter l'attention de son auditoire

Booster la contribution active des participants en réunion et tirer le meilleur du collectif

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Établir l'**ordre du jour** en fonction des **objectifs identifiés**
- Découvrir les **techniques d'animation des réunions** et **ateliers participatifs**
- Savoir présenter un projet pour **obtenir des ressources** ou **mobiliser des acteurs**
- Faire réagir constructivement sur des propositions, **faciliter la prise de décision**
- Savoir choisir la **technique adaptée** au contexte d'animation
- **Créer une dynamique de groupe** rendant l'avancé des projets plus efficaces

CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Préparation de réunion** : Identifier les divers types de réunion : informative, résolution de problèmes, prise de décisions, etc ; Programmer, planifier la réunion ; Identifier et clarifier l'objectif, l'ordre du jour et les priorités - Choisir les participants, le lieu, le rapporteur ; Gérer la logistique ; Utiliser des supports visuels
-  **Animation de la réunion** : La réunion restreinte, la réunion publique ; Réaliser les quatre phases de la réunion : contracter, collecter, construire, synthétiser
-  **Les fonctions de l'animateur** : faciliter, réguler, accompagner la production ; Maîtriser les techniques d'animation: le tour de table, les sous-groupes, le partage et l'organisation des idées, le débat, les synthèses ; Gérer le temps, maîtriser les dérives ; Intégrer les divers types de participants «difficiles» ; Résoudre les situations délicates, empêcher la création de clans, désamorcer les règlements de compte
-  **Fin de la réunion et suite** : Soigner les dix dernières minutes ; Elaborer un plan d'action ; Rédiger et diffuser le compte rendu

Gestion de projet et organisation du travail

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Approche théorique et mise en situation à travers des cas pratiques. Méthode SWOT

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Acquérir les fondamentaux de la gestion et du management de projet

Maîtriser les techniques innovantes de travail participatif en co-construction, tant avec les agents de la collectivité que les administrés

Acquérir une méthodologie d'organisation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître et s'approprier les méthodes de **gestion de projet**
- Identifier et maîtriser les principaux **outils de conduite de projet**
- Se fixer des **objectifs SMART** pour réussir son projet
- Articuler les 3 vies de l'écu : vie personnelle, vie professionnelle et vie publique grâce à **l'appropriation des outils de gestion de projets**

CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Les fondamentaux de la gestion de projet** : Définition : le projet et le management de projet ; Délimiter le cadre du projet ; Gérer les délais et les risques ; Définir les composants, les types et les parties prenantes d'un projet ; Décomposer le cycle de vie d'un projet ; Identifier les contraintes juridiques et les normes
-  **Articuler les projets : Élaborer le tableau de bord et suivi** : mesurer l'avancement et maîtriser les jalons ; Organiser le projet : déterminer les étapes clés et les affecter à chacun ; Savoir piloter et communiquer l'état d'avancement du projet
-  **Gestion du travail personnel** : Traitement des emails et des appels téléphoniques ; Classement virtuel et/ou physique des documents ; Organisation et gestion de son temps de travail ; Ergonomie de son espace de travail ; La prise de note efficace ; Organiser son travail de manière efficace (lister, prioriser)
-  **Outils** : la méthode SWOT, la matrice d'Eisenwoher, le logiciel Trello, etc

Gestion de conflits, des incivilités et prévention des agressions

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Apports de contenu théorique, mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés, collaborateurs

Acquis recherchés

Savoir faire face à des situations à risques

Détenir les outils pour maîtriser une situation conflictuelle

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Renforcer** les capacités de gestion de conflits
- **Détecter** les personnes et les situations conflictuelles
- **Faire face** aux incivilités
- **Agir** en toute sécurité
- **Contenir** une situation dégradée
- **Se protéger** d'une agression physique

CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  Identifier les principales sources des conflits
-  Connaître les réactions émotionnelles, cognitives et comportementales du conflit à l'agression chez l'auteur et le salarié
-  Maîtriser les grands principes de la communication
-  Connaître les techniques de l'écoute active pour désamorcer les conflits
-  Savoir mieux gérer ses réactions en situation conflictuelle
-  Maîtriser les postures de prévention et la prise en compte de l'environnement
-  Différencier la négociation, l'arbitrage et la médiation
-  Connaître le cadre légal en cas d'agression

Management de proximité

 1 journée / 7 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Analyse théorique. Analyse de cas pratiques.
Intelligence collective

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, salariés,
collaborateurs

Acquis recherchés

Être capable de diriger, structurer et motiver
une équipe pour mener à bien ses projets

Adapter son style de management en
fonction de son équipe

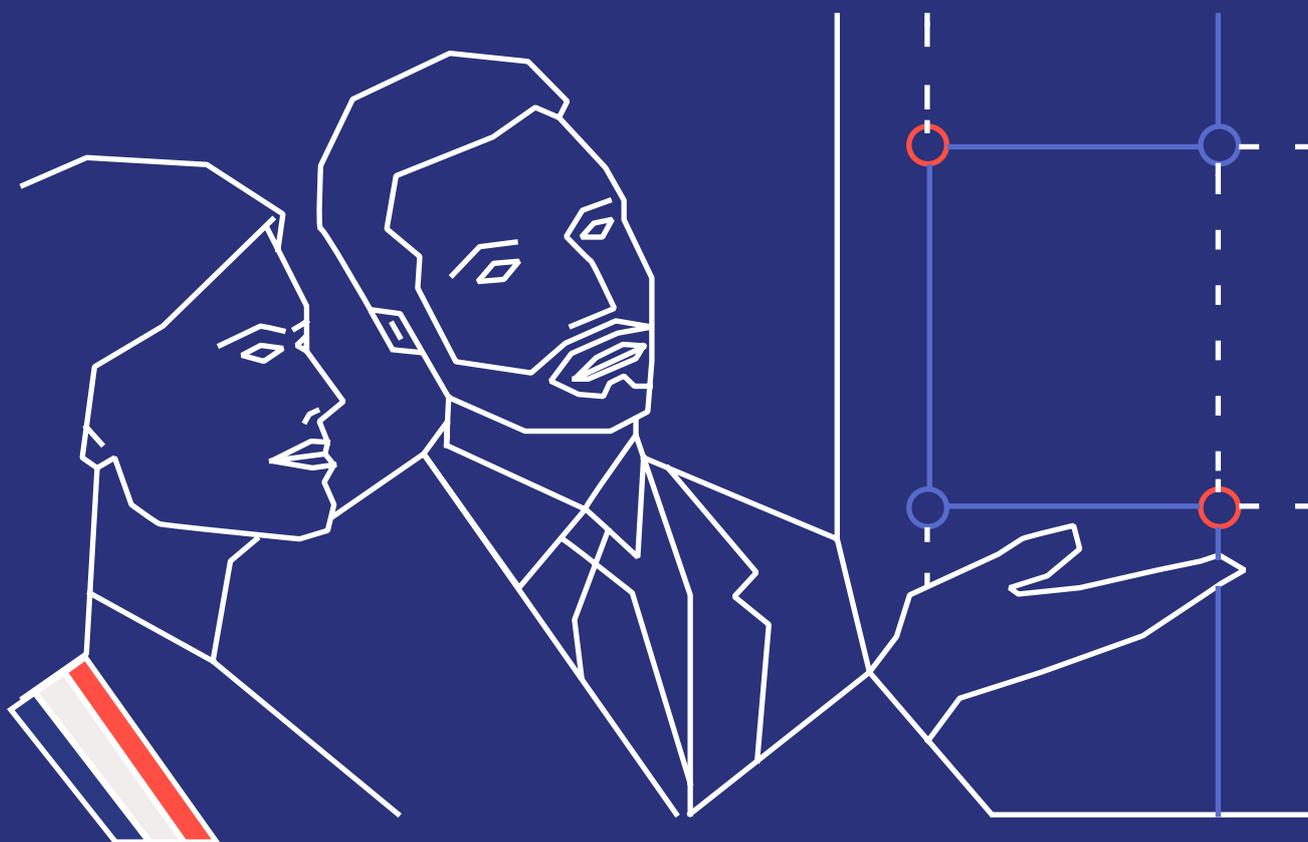
OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre et identifier son rôle en tant que manager
- Trouver la bonne distance avec ses collaborateurs
- Organiser ses priorités et celles de son équipe.
- Fédérer, inspirer et motiver ses collaborateurs
- Manager au quotidien, organiser l'activité avec efficacité.
- Développer son charisme et son leadership

CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **La formation au management de proximité outille les bénéficiaires dans l'accroissement de leurs compétences managériales :** Elle permet de progresser concernant le rôle du manager, le juste positionnement à trouver dans l'équilibre entre la proximité et la sanction, les notions d'autorité, d'organisation, des jeux et enjeux de pouvoirs.
-  **Connaître les différents styles de management et choisir le sien en fonction des situations.** Personnaliser sa pratique.
-  **L'organisation joue un rôle primordial dans le talent du manager de proximité :** savoir prioriser et transmettre les informations à ses équipes.
-  Accompagner les collaborateurs dans leur progression et dans les changements.
-  **Connaître les leviers de motivation des individus et collectifs :** Renforcer la confiance et coopération dans un collectif de travail. Savoir recadrer quand cela est nécessaire.
-  Identifier les facteurs de stress des collaborateurs, prévenir et anticiper les situations délicates de conflits, de blocages ou d'incompréhensions. Animer les réunions en fixant des objectifs « smart ».

NOUS CONTACTER



01 82 83 23 05



contact@alp-formation.fr



www.academie-competences.fr