

**Enjeux** Comment construire une stratégie de communication après les lois de 2013 (sécurisation de l'emploi), 2015 (dites « Macron & Rebsamen »), 2016 (loi Travail « El Khomri ») et les « ordonnances Macron », qui ont, dans un laps de temps très court, « simplifier » le droit du travail. La communication est alors un levier stratégique de développement. Définir et mettre en œuvre une stratégie exige une méthodologie particulière. Le but est de définir un plan d'actions cohérent et pragmatique au service d'un projet : renforcer votre capacité à **communiquer et argumenter entre élus, avec les salariés et avec l'employeur.**

### Public visé

CSE souhaitant définir une communication stratégique et opérationnelle.

### Prérequis

Aucun prérequis nécessaire

### Objectifs

- Appréhender le cadre réglementaire
- Repérer les caractéristiques de la situation : contexte, enjeux, objectifs à atteindre
- Identifier les principales stratégies de communication
- Renforcer la capacité des élus à communiquer entre eux, avec les salariés et l'employeur (oral et écrit)
- S'approprier les différentes méthodes et outils
- Apprendre à construire un argumentaire
- Adopter une attitude adaptée au contexte et aux interlocuteurs
- Différencier convaincre et manipuler

### Moyens et méthode pédagogiques

L'animation du stage de base sera fondée sur :

- **Une alternance d'exposés / débats**

Ce, à partir d'une documentation remise aux participants.

- **La pédagogie active sera privilégiée.**

Méthode participative et concrète avec alternance d'apports théoriques et de propositions de réflexion, travaux en sous-groupes, temps de restitution, production d'écrits dans le temps même de la formation.

### Durée

**1 jour** (7 heures)

### Horaires

9h30 – 17h30

Adaptation de ces horaires en fonction de vos souhaits ou de la durée de trajet des formateurs.

### Prix en intra

1 600 €

(2 formateurs en co-animation)  
exonéré de toutes charges  
+ frais de déplacement  
et d'hébergement selon destination

### Lieu

Sur site

### Précisions complémentaires

Créé en 1965, notre cabinet est agréé de façon continue depuis 1984 pour la formation économique des élus du CE et 1985 en matière de formation de représentants du personnel au CHSCT.

Notre cabinet n'a pas de liens privilégiés avec une organisation syndicale particulière.

# Programme

## Cadre réglementaire du CSE

- Rappel des missions économiques, professionnelles. Informations et consultations obligatoires
- Les décisions sociales et culturelles
- Responsabilités civiles, pénales et sociales
- Les Assurances (Responsabilités civiles, automobiles, patrimoine)
- Le règlement intérieur du CSE. Le Bureau.
- L'utilisation des budgets du CSE. Les règles de transparence (seuils, règlement intérieur, expert-comptable, commissaire aux comptes, trésorier...). Quelles nouvelles règles avec le CSE. Les rôles respectifs du trésorier et du secrétaire au regard des comptes

## Fonctionnement du CSE

- Ordre du jour
- Animer une préparatoire
- Méthodes de préparation des interventions en réunion plénière
- Les réunions plénières, aspects juridiques et pratiques. Confidentialité. Organiser les votes
- Prise de notes, rédaction des P-V et des comptes rendus, visio-conférences, enregistrements
- Diffusion et suivi des décisions. Réunions post-opératoires

## Intervenants

De notre point de vue, la **co-animation** garantit une approche dynamique et concrète des aspects communicationnels, stratégiques et relationnels des questions soulevées par le contexte juridique de l'exercice du mandat.

### Partie communication

Dominique SFEZ, consultante formatrice en communication

### Partie juridique

Gérard LEGENDRE, intervenant depuis 1985, pour des formations à destination de l'ensemble des Institutions Représentatives du Personnel, CHSCT, CE, CCE, DP. ou

Mathieu BESSON intervenant en ces domaines depuis 2001.

## Stratégie de communication

- Les objets de communication : projet, action
- Les publics, les cibles de communication
- Les objectifs de communication adaptés
- Le positionnement, l'image
- La définition d'un canevas stratégique spécifique à la communication : assurer une lisibilité et une visibilité du projet pour toutes les cibles identifiées
- Disposer d'une méthodologie pour évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic
- Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication

## Plan d'actions de communication

- Les outils de communication traditionnels
- Élaborer un plan d'actions de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'instance
- Être vu, être lu, être compris. Les règles de présentation, le choix des couleurs, des visuels, des polices de caractère...
- Les outils de l'internet : sites, blogs, réseaux sociaux
- Planifier et budgéter son plan d'actions

*Apports méthodologiques et mise en application avec exercices individuels et en groupe (serious game).*

## Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence et délivrance d'une attestation de fin de formation

Evaluation de l'action de formation par la remise d'un questionnaire d'évaluation et de satisfaction.