

# FORMATION | LE PLAN DE COMMUNICATION

## Outils de valorisation de projets en promotion de la santé



### 1 | PROFILS DES STAGIAIRES

43 professionnels ont suivi la formation au cours de 6 sessions départementales. Au moment de l'évaluation, 5 n'ont pas pu être recontactés (changement de poste et adresse mail obsolète). Au total, 38 ont participé à l'enquête, soit un taux de retour de 88%.

10 coordonnateurs / chargés de projet • 3 directeurs/responsable de service • 2 infirmières • 2 secrétaires administratives • 2 documentalistes • 1 administrateur • 1 animateur • 1 assistante sociale • 1 chargée de communication • 1 consultant • 1 étudiant stagiaire.

### 2 | CONNAISSANCES & CAPACITÉS ACQUISES PENDANT LA FORMATION

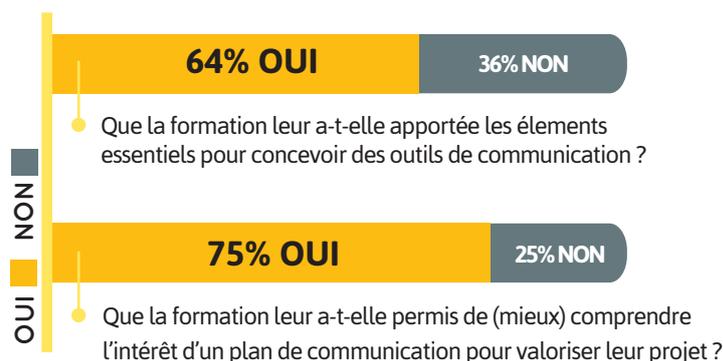
#### GRAPHIQUE 1. CONNAISSANCES ACQUISES (déclaratif)

Nombre de répondants capables de :



#### GRAPHIQUE 2. CAPACITÉS ACQUISES (déclaratif)

Nombre de répondants déclarant :

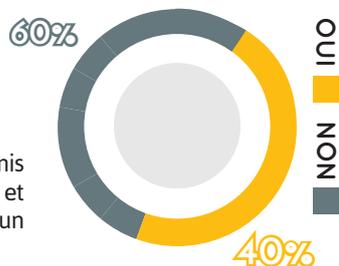


A noter : Les participants auraient souhaité d'avantage de mise en pratique, notamment pour élaborer concrètement un plan de communication qui soit réalisable et adapté à chaque structure ou institution.

### 3 | TRANSFERTS DES ACQUIS EN SITUATION PROFESSIONNELLE

#### GRAPHIQUE 3.

Nombre de répondants ayant mis en application les connaissances et compétences acquises pour concevoir un outil de communication.

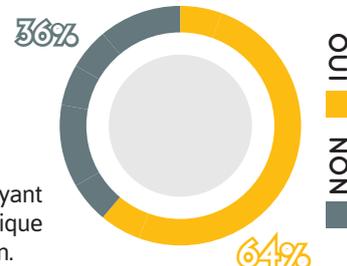


Les personnes ayant répondu favorablement ont mis en pratique deux types de compétences ; d'une part des compétences liées à la création d'outils (affiches, plaquettes et flyers), d'autre part des compétences spécifiques à la méthodologie (phase diagnostic et analyse de situation de communication, élaboration d'une stratégie globale de communication pour un futur projet, contacts médias, etc.). Si certains ont pu réutiliser les acquis de la formation, d'autres, qui possédaient déjà des compétences en communication souhaitaient une formation d'approfondissement. Celle-ci leur a servi de rappel, mais n'a pas répondu entièrement à leurs attentes. Pour finir, d'autres personnes n'ont pas pu mettre en pratique les compétences acquises par manque de temps ou d'opportunités.

### 4 | IMPACT DE LA FORMATION SUR LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

#### GRAPHIQUE 4.

Nombre de répondants ayant développé ou fait évoluer leur pratique professionnelle suite à la formation.



64% des stagiaires ont répondu « oui » à cette question. Ils précisent qu'ils ont amélioré leur façon de travailler depuis la formation grâce à de nouvelles pratiques (développement des échanges entre collaborateurs, intégration de documents d'information dans leur dossier projet, etc.). Certains se sont vu confier l'élaboration du plan de communication de leur service et d'autres déclarent assurer un meilleur suivi des étapes de la démarche de communication. Les stagiaires ayant répondu « non » précisent qu'ils disposaient déjà des compétences abordées. La formation n'a pas fait évoluer leur pratique professionnelle mais l'a renforcée.

### 5 | CONCLUSION

La formation a permis aux stagiaires d'acquérir des bases théoriques dans le domaine de la communication (grands principes, cibles et priorités, objectifs, typologie des techniques et supports, etc.). Cependant, les stagiaires étaient également en demande de mise en pratique pour véritablement travailler à l'élaboration d'un plan de communication et à la création d'outils. A partir des résultats de cette évaluation et de l'enquête de besoins menée en 2015, la FRAPS a mis en place pour l'année 2016, une formation complémentaire « pratico-pratique » intitulée « Communiquer et valoriser son projet ». Elle visait principalement à acquérir des compétences en terme de méthodologie « relation presse » et à travailler sur des mises en situation à partir de fiches-projets pour créer un plan de communication, choisir des supports de communication et créer un visuel et un message en fonction d'un public cible.