



CITÉS PLUME

Formation à la communication

CATALOGUE 2025



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*La certification qualité a été délivrée au titre de la ou
des catégories d'actions suivantes : actions de formation*

Cités Plume

est une agence de communication à 360° - conseil, événement, concertation, production - spécialisée sur les problématiques des transitions écologiques et solidaires. **La formation est une prestation proposée prioritairement** à nos clients, pour les accompagner dans leur progression et leur autonomie au quotidien.

Interviennent des professionnels de la communication, salariés de l'agence, aux capacités de vulgarisation. Ils transmettent des connaissances (pour comprendre) et des pratiques (pour savoir faire concrètement).

Il existe deux grands thèmes de formations :
les **basiques** pour les communicant·es ; et les **capitales** pour celles et ceux dont la communication n'est pas le métier mais s'avère essentielle dans leurs missions.

Certifiés Qualiopi, **nous inscrivons nos pratiques dans un cadre de référence**, garantissant la qualité de nos prestations.

Muriel Pernin,
Directrice fondatrice de Cités Plume

Nos formations

Pour qui ?

Avec quels objectifs ?

Vous portez des enjeux de...

communication

entrepreneuriat

représentation

politique

conviction

commerciale

conseil

& ingénierie

management

... qui impliquent de maîtriser

votre positionnement

adapté à votre cible
et à votre enjeu

vos outils de communication

accompagnant votre discours

des méthodes communicantes

valorisant votre démarche,
votre métier et votre structure

votre communication

verbale et non verbale
pour convaincre

Concrètement, vous souhaitez...

1

**Optimiser
vos compétences**
en communication

ET

vous ne trouvez pas
la formation adaptée
à votre besoin

2

Vous affirmer
dans votre rôle

ET

vous avez
des problématiques
professionnelles
spécifiques

3

Valoriser
vos arguments
[vos offres
commerciales]

ET

vous ne savez pas
par où commencer

4

Vous améliorer
en présentation
orale

ET

il vous faut
une méthode
et des conseils
pour y arriver

Une formation Cités Plume, c'est pour vous l'assurance de...

- 1** Bénéficier d'un projet de formation **qui vous correspond**
- 2** **Découvrir, recevoir, réviser, confirmer**
les contenus dont vous avez besoin pour progresser
- 3** **Repartir avec la conviction** d'avoir avancé
dans votre vision, dans votre projet, dans vos méthodes
- 4** **Être capable de remobiliser** les apprentissages
dans votre quotidien, en autonomie

Nos ateliers pédagogiques Méthodes mobilisées pendant les formations

CITÉS PLUME

Ateliers « stimuli »... pour comprendre

1

AVEC
DES EXTRAITS
DE FILM

2

AVEC
DES PODCASTS
COURTS

3

AVEC
DES YOUTUBEUR·SES

Ateliers « explo »... pour creuser

1

TOUR
DE TABLE

2

QUESTION-
RÉPONSE
DU TAC AU TAC

3

APPROFONDIR
EN 3 QUESTIONS

Ateliers « cétoucom »...

pour essayer

1

CAS CONCRET
ÉTUDIÉ EN
COLLECTIF

2

MISE EN
SITUATION
INDIVIDUELLE

3

JEU
DE RÔLE

Nos formations basiques

Pour les communicant·es

CITÉS PLUME

3 niveaux adaptés à votre besoin

DÉCOUVERTE

Sensibilisez-vous
aux bases d'un outil
ou d'une pratique

Pour débiter

RENFORCEMENT

Augmentez
vos connaissances
par des exercices concrets

Pour confirmer

CONSOLIDATION

Développez
vos compétences
et votre expertise

Pour approfondir

Chargé·e de communication

Explorer le métier de communicant·e
dans toutes ses nuances

Introduction au métier de communicant·e

Découverte

8h en 2 fois ou 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- S'intégrer dans l'environnement du métier
- Échanger avec les professionnel·les du métier

Prérequis

- Avoir des missions et/ou occuper un poste en lien avec la communication

Programme

1

Différencier les différents métiers de la communication - 2h30

- Écrire les attendus du poste de communicant·e.
- Appréhender les différents métiers : chargé·e de relations publiques, rédacteur·rice, développeur·se...

2

Examiner les enjeux de l'entreprise - 2h30

- Analyser l'organisation générale de l'entreprise et sa communication.
- Identifier les besoins en communication immédiat et de long terme.
- Identifier les ressources nécessaires, disponibles ou indisponibles.

3

Définir le poste de communicant·e en conséquence - 3h

- Formaliser les objectifs de communication au regard du développement de l'entreprise.
- Écrire la feuille de route.
- Construire le calendrier de déploiement.
- Définir les indicateurs de réussite

Les bons outils, les bons professionnels, la bonne communication

Renforcement

8h en 2 fois ou 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Mobiliser les bons outils
- Définir des situations et modalités d'externalisation
- Fédérer avec un bon process

Prérequis

- Disposer d'une fiche de poste définissant les missions et les enjeux de communication

Programme

1

Utiliser les bons outils - 2h30

- Déterminer avec quels outils travailler en fonction des missions, des besoins et de la culture de l'entreprise.

2

Optimiser les modalités d'externalisation - 2h30

- Choisir le bon prestataire.
- Formaliser les conditions de la prestation.
- Analyser la performance dans un rapport coût-bénéfices.

3

Manager habilement - 3h

- Adapter la position et le discours en fonction des différents interlocuteur·rices :
 - les supérieur·es (qui ont des objectifs),
 - les services internes (qui ont une attente ou qui sont une ressource),
 - les client·es, prestataires, presse...

Stratégie et plan de communication

Consolidation

8h en 2 fois ou 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Poser les bases d'une stratégie de communication
- Définir une méthode pour déployer et suivre un plan de communication

Prérequis

- Être familier avec les différentes ressources à disposition d'un·e communicant·e

Programme

- 1 Déterminer les objectifs d'une stratégie et d'un plan de communication - 2h30**
 - Définir les modalités d'élaboration.
 - Utiliser la bonne méthode permettant une bonne acceptation.
 - Justifier les choix opérés.
- 2 Suivre la réalisation des actions - 2h30**
 - Définir un calendrier réaliste des actions.
 - Penser les priorités et l'organisation qui en découle.
 - Mettre en place des outils méthodologiques de suivi simples et efficaces.
 - Évaluer les actions et leur réalisation.
- 3 Élaborer le budget, le suivre et le tenir - 3h**
 - Définir un budget ambitieux et réaliste.
 - Optimiser l'organisation pour être économe.
 - Gérer rigoureusement les dépenses et ne pas dépasser les prévisions.

Création graphique

Appréhender et travailler
les outils de base

Introduction au graphisme

Objectifs opérationnels

- Anticiper et définir les besoins d'une commande graphique
- Sécuriser l'environnement de travail

Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

Découverte

6h en 2 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Programme

1

Assimiler la commande graphique et rédiger un brief graphique - 3h

- Établir une méthode de travail pour se préparer à recevoir la commande.
- Définir et formaliser les attendus d'une création graphique : produire un résumé clair, avec le vocabulaire approprié.

2

S'inscrire dans une logique de production graphique - 3h

- Fixer un univers graphique, appréhender les codes de la communication visuelle.
- Être en veille sur l'existant et les tendances.
- Savoir quel logiciel utiliser pour quel usage.
- Sécuriser l'environnement de travail et la conception du support.

1^{re} prise en main des logiciels de création avec Adobe CC

Renforcement

7h30 en 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Utiliser des outils simples sur Photoshop, Illustrator et InDesign
- Réaliser des retouches photo, des pictogrammes et une maquette basique

Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

Programme

1

Photoshop - 2h30

- Découvrir les possibilités de création du logiciel.
- Réaliser des retouches photo simples.

2

Illustrator - 2h30

- Appréhender l'interface.
- Créer des pictogrammes accessibles et des visualisations de données (graphiques...).

3

InDesign - 2h30

- Acquérir les bases de fonctionnement de l'outil.
- Produire une maquette simple.

Logiciels de création pour aller plus loin

Objectifs opérationnels

- Utiliser des outils et méthodes professionnels sur Illustrator et Indesign
- Garantir la cohérence du support

Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

Consolidation

5h en 1 fois ou 2 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

Programme

1 Illustrator : passer du pictogramme à l'illustration - 2h30

- Incorporer des motifs et des dégradés.
- Créer une ou des illustration(s).

2 InDesign : passer d'une maquette basique à une maquette de professionnel - 2h30

- Optimiser la maîtrise du logiciel et de ses fonctionnalités.
- Réaliser une maquette structurée et cohérente.

Nos formations capitales
Pour celles et ceux dont
la com' n'est pas le métier

CITÉS PLUME

Expression, oral, confiance

S'affirmer & préparer
une bonne prise de parole

Communiquer avec un diaporama

Je passe en mode oral

3h en 1 fois
Collective
À distance

Avis
client
8,6/10

Objectifs opérationnels

- Analyser le rapport orateur·rice - auditoire
- Construire un support qui frappe les esprits
- Concevoir la diapo idéale

Prérequis

- Avoir déjà réalisé un support de présentation

Programme

- 1 Comment réaliser un bon support de présentation ?**
 - Introduction en vidéo et échange.
- 2 Comment faire ? Les bons tuyaux ! Les coups de bâton !**
 - En pratique : ce qui se fait et ce qui ne se fait surtout pas.
- 3 Avant-après : faire évoluer les productions en direct**
 - Des pistes d'évolution à partir des réalisations des participant·es.
- 4 Retour à la réalité**
 - Un test en vrai.
- 5 Échange**
 - Quelques conseils en plus.

Se sentir bien à l'oral

Avoir confiance

Objectifs opérationnels

- S'approprier les codes de l'expression orale
- Se préparer : analyser en amont pour réagir au bon moment

Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de s'exprimer à l'oral

Programme

EN COLLECTIF - 2h45

- 1 Que faut-il savoir avant de s'exprimer à l'oral ?**
 - Acquisition des connaissances élémentaires.
- 2 Mon client et moi ?**
 - Trouver le bon terrain d'entente.
- 3 Analyser pour progresser**
 - Les premiers pas pour convaincre.
- 4 Échange à plusieurs**
 - Quelques conseils en plus.

EN INDIVIDUEL - 1h15

- 5 Cas concret pour aller plus loin**
 - À partir d'une situation ordinaire de la vie professionnelle : présenter une étude, convaincre à une audition...
 - Analyse et points de progrès.

4h en 1 ou 2 fois
Individuelle
et collective
À distance

Avis
client
8,5/10

La bonne posture, les bons arguments d'un·e chef·fe de projet

5h en 2 ou 3 fois
Individuelle
ou collective
À distance
et/ou en présentiel

**Avis
client**
8,5/10

Objectifs opérationnels

- Identifier les enjeux pour bien y répondre
- Décrypter les situations et les anticiper
- Identifier ses forces et les faire valoir
- Déterminer ses faiblesses et les compenser

Prérequis

- Occuper un poste de chef·fe de projet

Programme

- 1 Entretien individuel de construction - 30 minutes**
 - Chaque participant·e reçoit un questionnaire.
 - Les besoins exprimés en réponse aident à construire la formation.
- 2 Formation collective, principaux sujets - 3h30**
 - Préparer son intervention.
 - Risques, opportunités, cadre...
 - Attitude, comportement habillage, âge, crédibilité...
 - Vocabulaire, se faire comprendre, s'adapter aux cibles.
 - Porter le discours : renouvelable, éolien...
 - Faire avec les élu·es, les autorités, les groupes de pression...
- 3 Entretien individuel de consolidation - 1h**
 - Analyse de ce qui s'est passé.
 - Examen des forces et des faiblesses.
 - Conseils personnalisés.

Offres commerciales

Se démarquer
par une communication à fort impact

Offre différenciante

Réfléchir, construire, gagner !

Entre 8h et 16h en 2 à 4 fois
Individuelle et/ou collective
À distance et/ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Adopter les bons réflexes : enquêter, lire entre les lignes
- Remettre des offres bien construites répondant aux stricts enjeux du client
- Gagner en efficacité (temps, stress, coût) pour une meilleure force de frappe (synthétique, efficace, percutante...)

Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de construire une offre commerciale

Programme

- 1 Comment s'y prendre ?**
 - Lire la consultation.
- 2 Comment analyser le contexte ?**
 - Le client, son enjeu, ses ambitions, ses faiblesses, ses partenaires.
- 3 Comment répondre ?**
 - Les forces, les faiblesses, les passages obligés, le scénario.
- 4 Comment valoriser le contenu ?**
 - Principales clés, les concurrents. Avant, après, à partir d'offres.
- 5 Tour de table final**
 - Quelques conseils en plus.

Innovation sociale

Communiquer efficacement
pour développer et faire vivre un projet

Marketing et innovation sociale pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h en 1 fois
Collective
À distance ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Intégrer les ressorts du marketing
- Appréhender l'image et l'identité d'une marque naissante
- Définir des arguments « différenciants »

Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing d'un projet d'innovation sociale

Programme

1 Formation collective : les fondamentaux du marketing - 5h

- Le marketing, c'est quoi ?
- Marketing et innovation sociale : quelles valeurs ?
- Un nom, une base line : comment les créer ?
- Une identité cohérente :
qu'est-ce qu'une identité de marque, quelle harmonie avec les valeurs ?

2 Tour de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.

Communication et innovation sociale pour les entrepreneur-es de l'ESS

6h en 1 fois
Collective
À distance ou en présentiel

Objectifs opérationnels

- Définir les contours de la communication
- Construire les axes stratégiques
- Bien appréhender les cibles
- Imaginer un plan de communication, les outils indispensables, les moyens adaptés

Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie communicationnelle d'un projet d'innovation sociale

Programme

1 Formation collective : les fondamentaux de la communication- 5h

- La communication, c'est quoi ?
- Au cœur du message : valoriser l'innovation sociale dans le pitch.
- Les cibles.
- Les axes stratégiques.
- Plan de communication, les bons outils et les bonnes actions.
- Les moyens et les ressources.

2 Tout de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.

Mix : marketing + communication pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h en 1 fois
Collective
À distance
ou en présentiel

Avis
client
8,4/10

Objectifs opérationnels

- Énoncer la différence entre marketing et communication et en mesurer les enjeux
- Consolider l'image et l'identité de la marque
- Mobiliser des clés pour bâtir la stratégie de communication

Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing et sur la stratégie communication d'un projet d'innovation sociale

Programme

1 Introduction : Qui ? Quel projet ? - 15 minutes

- Chaque participant·e se présente...
- ...et fait apparaître ses questionnements.

2 Formation collective : les fondamentaux - 5h

- Compréhension de l'environnement marketing et communication aujourd'hui : comportements, habitudes, canaux, réseaux.
- Marketing et innovation sociale : pourquoi est-ce nécessaire ?
- Consolidation des éléments d'image et d'identité : nom, slogan, charte graphique, visuels...
- Communication et innovation sociale : avec quelle stratégie ?
- Les cibles et les messages : comment s'y prendre ?
- Avec quels outils, quelles actions, quels moyens ?

3 Tour de table final - 15 minutes

- Quelques conseils en plus.

Réseaux sociaux

Manier son image numérique avec agilité
et optimiser les opportunités

LinkedIn : apprivoiser les codes pour optimiser son impact

2h en 1 fois
Individuelle
ou collective
À distance
ou en présentiel

Avis
client
8/10

Objectifs opérationnels

- Énoncer une stratégie
- Booster l'impact des posts

Prérequis

- Disposer d'un compte LinkedIn

Programme

1 Un outil professionnel incontournable : infos clés pour l'apprivoiser

Comprendre

- LinkedIn, c'est quoi ?

Se positionner

- Compte entreprise : pour quoi faire ?
- Compte personnel : pour quoi faire ?
- Quelles interactions gagnantes ?

2 LinkedIn, mon réseau et moi : action !

Agir

- Comment définir sa ligne éditoriale perso/pro : style, calendrier, thèmes... ?
- Opter pour une communication engageante
- Quand publier ? Pour quel public ?

Interagir

- Comment construire et consolider son réseau ?
- Likes, partages, commentaires : quels engagements et interactions ?
- Hashtags, liens hypertextes... : quels outils de visibilité ?

L'équipe de formation

Des pros de la com et de la formation

CITÉS PLUME

L'équipe de formation aujourd'hui



Muriel Pernin

Formatrice

Directrice fondatrice de l'agence

Reconnue pour ses qualités
pédagogiques, son empathie
avec les publics formés,
ses méthodes « challengeantes »
de mise en situation.



Yannick Sauve

Formateur

Graphiste

Sur les modules de construction
du propos graphique.
Reconnu pour son
accompagnement pratique.



Christel Browett

Cheffe de projet

Formation - Qualiopi & RSE

Son expérience en pédagogie et
qualité pour vous accompagner
dans le développement des
compétences de vos
collaborateurs.

Former

Le process qualité

CITÉS PLUME

Les formations Cités Plume, c'est...

65 formations

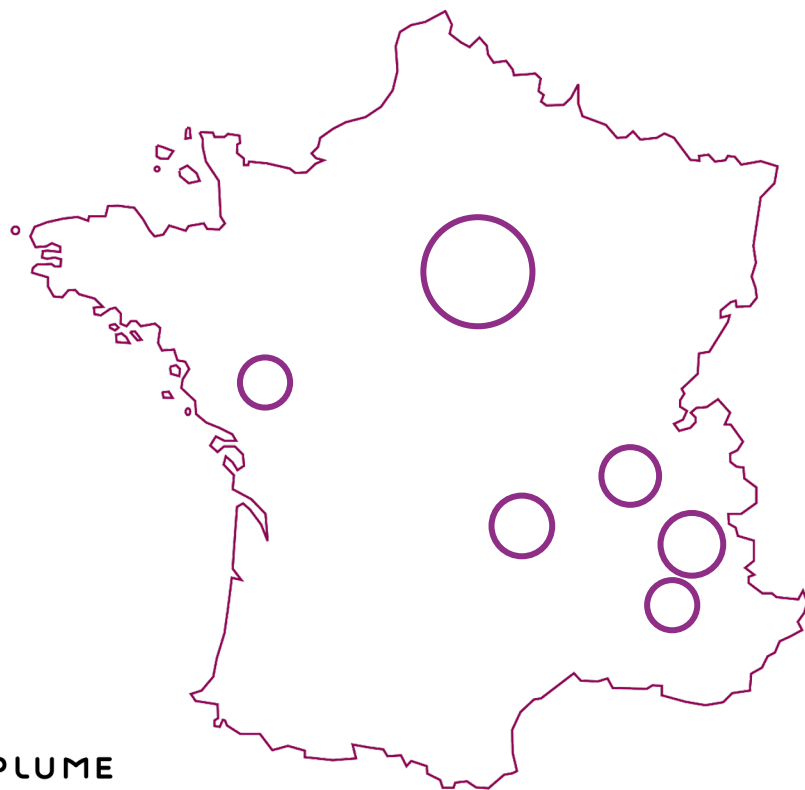
réalisées de 2020 à 2024

dont + de 30

en visio

avec + de 360

personnes formées



8,5 / 10

Note moyenne de satisfaction

8,8 / 10

Note moyenne de conformité
des contenus aux attentes
des participants

Notes calculées à partir des questionnaires à chaud
des participants, en fin de formation 2024

Une qualité de process certifiée

Depuis 2022, notre organisme de formation est certifié Qualiopi, au titre des actions de formation.

1

L'échange client préparatoire

Définition des besoins et des modalités techniques, pratiques et pédagogiques

2

L'avant formation

Organisation administrative, premiers contacts avec les participant-es, confirmation des besoins par un questionnaire d'entrée et communication des informations essentielles (convocation)

3

La formation

En visio ou en présentiel selon les modalités définies, un mélange d'apports théoriques, d'ateliers pédagogiques, de conseil et de challenge. Elle se conclut par un tour de table/feedback

4

L'évaluation et le suivi

Questionnaire à chaud pour les participant-es, transmission d'un compte-rendu sur-mesure et d'une enquête de satisfaction annuelle au client

Un engagement social et environnemental reconnu avec le label RSE Agences actives

Ce label attribué par l'AFNOR et l'association des agences de conseil en création (AACC) atteste de nos bonnes pratiques en matière de gouvernance, de limite d'impact environnemental et de notre responsabilité en termes d'achats et de prestations.



★☆☆
Démarche évaluée
par AFNOR Certification

**Toujours
inclure !**

CITÉS PLUME

Le handicap... jamais handicapant

1

L'égalité et la lutte contre les discriminations font partie des thématiques d'expertise de l'agence

Nous faisons en sorte que nos formations
soient accessibles à un maximum de personnes,
quel que soit leur handicap.
et spécificités individuelles.

2

Lors de notre échange préparatoire avec le ou la client·e

Nous demandons systématiquement au donneur
d'ordre, en amont de la formation, si des
participant·es ont des besoins spécifiques à signaler.
Puis nous reposons la question directement aux
participants lors de l'évaluation à l'entrée.
Nous anticipons ainsi les ajustements nécessaires.

Le handicap... jamais handicapant

3

En cas de handicap moteur

Toutes nos formations sont disponibles en visioconférence. Sur place, comme nous délivrons les formations le plus souvent chez notre client·e, les espaces sont adaptés aux salarié·es, mais nous sommes toujours renseignés et préparés en amont sur la disposition et les équipements de la salle de formation.

4

En cas de trouble de l'attention ou de trouble « dys »

Nous adaptons notre rythme et nos supports.
Toute l'équipe est sensibilisée et formée au dispositif Facile à lire et à comprendre (FALC).

Accueillants et vigilants

L'égalité va plus loin que la seule prise en compte des situations de handicap.

Chaque personne a son parcours, mais aussi son origine, son genre, sa CSP qui imprègnent son approche.

Nous prêtons une grande attention à ces situations particulières afin que chacun·e **se sente en confiance dans la formation et légitime dans ses questions.**

Nous nous adaptons ainsi au profil de chaque participant·e.

À noter

Aucune situation personnelle ne devrait être un obstacle dans un parcours individuel et professionnel

- Pourtant, encore trop souvent, nous observons que certains publics en sont affectés, notamment dans leur capacité à s'affirmer.
- Nous identifions ces biais et nous cherchons à les déconstruire en direct auprès de nos participant·es.

Besoin de plus d'information

CITÉ S PLUME

Modalités d'accès : suivez le guide !

Commander une formation

Prenez contact avec notre coordinatrice formation & pédagogie et référente handicap :

christel.browett@citesplume.fr 07 85 50 18 35

Fournissez à ce moment-là :

- la compétence à développer,
- le lieu souhaité,
- les modalités souhaitées (visio, présentiel, mixte),
- des propositions de dates,
- le nombre de participant·es,
- l'organisation des groupes de niveaux des participant·es (ou un feu vert pour les réunir en un groupe unique),
- leurs noms, adresses email et fonctions

Une convention de formation vous est ensuite transmise et doit nous être retournée signée.

À noter

- Prévoyez un **délai d'un mois** entre la date de votre première demande et la date de la formation.
- Nos prestations se déroulant en entreprise, le règlement intérieur de l'entreprise est applicable concernant les mesures de santé et de sécurité.

Modalités d'accès : suivez le guide !

Une fois la formation programmée

Avant la formation, chaque participant·e reçoit un email comprenant :

- un lien vers un **questionnaire d'entrée**,
- ainsi que la **convocation**,
- et si la formation a lieu en visio, le lien de connexion est intégré.
- À la suite de la formation, tous les **supports** seront mis à la disposition des apprenant·es sur un accès dédié depuis le site web Cités Plume et disponible pendant une période d'un mois.

Les modalités d'évaluation, en bref

- **Le questionnaire d'entrée** permet de valider les **prérequis** et d'évaluer les **attentes** et **besoins spécifiques** [cf. handicap].
- **Le questionnaire à chaud**, envoyé après la formation, permet d'analyser la **progression** et d'évaluer la **satisfaction**, tout en récoltant d'éventuelles remarques d'évolution.
- Uniquement pour les formations durant plus d'une journée, un **questionnaire d'évaluation à froid** est transmis pour étudier la **progression** et l'**opérationnalité** à moyen terme.

En cas de besoin

Tarifs

entre 350 et 650 €
par demi-journée
par participant·e

Clients / Financeurs / Participant·es

- Question
- Réclamation
- Déclaration de besoin spécifique

Futurs clients

- Infos complémentaires
- Tarifs
- Commande de formation

Contactez-nous !



formation@citesplume.fr



04 78 85 00 15

CITÉS PLUME

la com dans les idées



Qualiopi
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

*La certification qualité a été
délivrée au titre de la ou des
catégories d'actions suivantes :
actions de formation*



Démarche évaluée
par AFNOR Certification

25 D, rue Chevreul, 69100 Villeurbanne
04 78 85 00 15 • agence@citesplume.fr
www.citesplume.fr

