

image in france

CRÉATEUR D'EXPÉRIENCES CROSSMEDIA

Centre de Gestion de la Fonction Publique Territoriale de Normandie

*Accompagnement pour l'élaboration d'une
stratégie marketing pour la promotion de la
Fonction Publique Territoriale en Normandie*

14/05/2025

Chapitre 1

Image in France, une agence
normande !

NOUS SOMMES

*animés des mêmes idéaux, des mêmes objectifs.
Nourris par des valeurs approuvées, nous
revendiquons et cultivons quotidiennement
une vision, des missions et une éthique.
Cette philosophie fonde notre raison,
notre action et notre identité.*



image *in* france

AGENCE CONSEIL EN COMMUNICATION

ARCKEA
DÉCORATIONS & ILLUMINATIONS

un groupe
6 filiales

ams
ÉVÉNEMENTS

pa
mo*
L'AGENCE DE COMMUNICATION
DES CENTRES COMMERCIAUX

TERRE
D'OPALE
TOURISME D'AFFAIRES

INVISIA^{PROD}
SOLUTIONS TECHNIQUES

image *in* france

AGENCE CONSEIL EN COMMUNICATION

5 pôles d'expertise



Conseil & Stratégie



Création

graphique & éditoriale



Audiovisuel



Social media



Digital

70 collaborateurs

travaillant en synergie dans nos agences de
Rouen, Caen, Rennes et Nantes

25 ans d'expérience

Humaine



Créative



Engagée



2024

IMAGE IN FRANCE EN ROUTE VERS LA SOCIÉTÉ À MISSION !

Une société à mission est une entreprise qui s'engage dans une mission d'intérêt général en se fixant des objectifs sociaux et environnementaux. Elle cherche ainsi à générer un impact positif sur la société.

DES ENGAGEMENTS FORTS

POUR CONSTRUIRE UN MODÈLE DE COMMUNICATION PLUS POSITIF ET VERTUEUX !

Promotion de la
communication
responsable



Éco-conception

Bien-être et
épanouissement

Pratiques
internes

Polyvalence vs. excellence ↙

Nous avons la conviction que la pertinence et la qualité des solutions apportées par l'agence doit passer par l'hyper-spécialisation de nos équipes, véritables experts dans leur domaine de compétence.

Notre fonctionnement en pôle, nous permet de rechercher l'excellence dans chacun des domaines de la communication sur lesquels nous intervenons.

Des synergies crossmedia ↙

Nos pôles d'expertise à la fois indépendants et complémentaires nous permettent d'apporter une réponse globale ou spécifique en fonction des attentes et besoins de nos clients.



Chapitre 8

Planning

Planning détaillé de réalisation

 Démarrage prévisionnel : Juin 2025

Remarque : Le mois d'août étant peu propice aux échanges et validations, la planification est adaptée pour éviter toute phase sensible durant cette période.

Phase 1 – Diagnostic & étude comportementale (Juin à mi-juillet 2025)



Actions prévues

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Réunion de lancement avec les CDG• Analyse documentaire et benchmark• Entretiens qualitatifs (agents, RH, jeunes, reconvertis...)• Ateliers de co-construction avec groupes de travail CDG• Élaboration des personas• Livraison du rapport de diagnostic et présentation intermédiaire |
|---|



Pause estivale (Août 2025)

Actions prévues

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Aucune réunion stratégique – période de veille et finalisation interne• Préparation en amont des livrables de Phase 2 |
|--|

PLANNING (suite)

Phase 2 – Élaboration de la stratégie de communication (Septembre 2025)

Actions prévues
• Définition du positionnement de la FPT normande
• Messages clés par cible
• Identification des canaux et partenariats
• Validation de la stratégie par les CDG
• Livraison du document stratégique

▲ Phase 3 – Plan d'action, indicateurs et outils (Octobre 2025)

Actions prévues
• Élaboration du plan de communication (calendrier, actions, cibles)
• Proposition de supports types (affiches, posts, vidéos, etc.)
• Définition des KPI et outils d'évaluation
• Synthèse finale et restitution aux CDG

Chapitre 9

Estimation budgétaire

Estimation budgétaire

Détail budgétaire des 3 phases de la mission

Phase 1 : Diagnostic & étude des cibles (3 mois)

Action	Détail	Estimation en € HT
Analyse documentaire base 1 J directeur conseil	Études existantes (RSU, Bourse de l'emploi, rapport Woerth, rapport Sénat, études CNFPT) et benchmark inter-CDG	1 000 €
Entretiens qualitatifs (15-20 personnes)	RH de collectivités, agents, jeunes en formation, personnes en reconversion – guides d'entretien, prise de rendez-vous, analyse	3 000 €
Animation de 2 ateliers en présentiel Préparation/animation/restitution	Animation + synthèse partagée avec les groupes de travail inter-CDG	3 000 €
Création de 4 à 6 personas	Basés sur les entretiens et données existantes (âge, motivation, freins, parcours)	1 000 €
Rapport de diagnostic	Mise en forme, synthèse graphique (verbatim, cartes mentales, infographies), présentation intermédiaire	1 000 €

Sous-total Phase 1: 9 000 € HT

Estimation budgétaire

Phase 2 : Élaboration de la stratégie de communication (1 mois)

Action	Détail	Estimation en € HT
Définition du positionnement employeur	Plateforme de marque, ADN de la FPT, messages transversaux	1 500 €
Messages clés par cible	Rédaction d'éléments de langage différenciés pour chaque persona	1 000 €
Choix des canaux et partenariats	Mapping des canaux pertinents, identification d'acteurs relais	1 000 €
Recommandations stratégiques	Document de synthèse structurant la stratégie	2 000 €

Sous-total Phase 2 : 5 500 € HT

Phase 3 : Plan d'actions, outils & indicateurs (1 mois)

Action	Détail	Estimation en € HT
Plan d'actions détaillé	Rétroplanning, priorisation des cibles et des actions	1 000 €
Proposition de supports	Maquettes types : affiches, posts réseaux sociaux, fiches métiers...	1 500 €
KPI et indicateurs de suivi	Définition d'une grille d'évaluation et outils de pilotage	750 €
Préconisations en gestion des risques	Identification des points de vigilance : RH, perception, mise en œuvre	750 €

Sous-total Phase 3 : 4 000 € HT

Total mission

Montant total HT: 18 500 € / TVA (20%): 3 700 €

Montant total TTC: 22 200 €