

CAS en communication d'intérêt général : création de formats et contenus innovants

Le CAS démarrera le 30 janvier 2027 et s'étendra jusqu'au 11 décembre 2027, à raison de 14 samedis en présentiel à l'Université de Neuchâtel et 4 soirées dispensées à distance.

JOUR	JOURNÉE / THÈME	CONTENUS
M1 – Fondamentaux de la CIG – 3 journées		
J1	Comprendre la CIG et ses spécificités	Définition et périmètre de la CIG ; espace public et démocratie ; communiquer la complexité
J2	La CIG aujourd'hui : formats innovants et questions éthiques	Matin : exploration de campagnes et formats innovants en CIG ; l'émotion en CIG Après-midi : Déontologie et éthique de la CIG
J3	Prendre en compte les cadres dans lesquels la CIG se développe (juridique, économique, organisationnel, etc.)	Matin : repères méthodologiques sur les régulations juridiques et modèles économiques du non marchand, adaptables selon le secteur de chaque participant·e. Après-midi : atelier pratique - application à son propre contexte professionnel, avec retour prévu en fin de Module 3 (J7).
M2 – Impact et communautés – 1 journée		
J4	Poser sa stratégie d'impact : objectifs, indicateurs et communautés	Poser sa stratégie d'impact dès la conception du projet : définir ses objectifs, choisir ses indicateurs de performance (KPI) et poser les bases d'une stratégie de communauté, envisagée comme un levier et un indicateur de l'impact - LIVRABLE 1 : grille d'indicateurs et plan de mesure d'impact (version prospective, affinée au fil du parcours)
M3 – Publics et contenus – 3 journées		
J5	Identifier et cartographier ses publics	Cartographie des publics, de leurs spécificités et de leurs besoins en matière de CIG ; mécanismes de confiance et de défiance envers les institutions
J6	Penser son contenu	Affiner sa ligne éditoriale (ton, registre, positionnement, formats, etc.) en s'appuyant sur la stratégie d'impact posée en J4 LIVRABLE 2 : note de cadrage stratégique
J7	Boîte à outils de la création de contenu : rédaction, son, image, vidéo	Panorama des formats et outils actuels de la CIG (rédaction, audio, image, vidéo) ; repères de rédaction adaptés aux supports numériques ; focus sur les usages possibles de l'IA et enjeux éthiques ; en fin de journée, retour sur l'atelier de J3, à la lumière des cours reçus entretemps
M4 – Création et production – 4 journées		
J8	Développer sa créativité : brainstorming et idéation	Techniques de brainstorming et de développement de la créativité, individuellement et collectivement ; ateliers pratiques
J9	Storytelling et narration pour les contenus CIG	Matin : Techniques et créativité narrative adaptées à la CIG ; après-midi : ateliers pratiques
J10	Creative Lab (1/2)	Journée en atelier pour expérimenter la création de contenu via différents formats : texte, audio, vidéo, image et graphisme
J11	Creative Lab (2/2)	Journée en atelier pour expérimenter la création de contenu via différents formats : texte, audio, vidéo, image et graphisme LIVRABLE 3 : production commentée, mise en regard des indicateurs posés en J4

JOUR	JOURNÉE / THÈME	CONTENUS
M5 – Distribution – 1 journée en présentiel + 4 soirées à distance		
J12	Construire sa stratégie de diffusion et ses partenariats	4 soirées à distance :
	<i>Soirée 1/4</i>	Paysage médiatique ; après l'identification des publics (J5)
	<i>Soirée 2/4</i>	Partenariats et canaux propres
	<i>Soirée 3/4</i>	Écosystème de l'influence : créateur·rice·s de contenu, coûts, enjeux et responsabilités
	<i>Soirée 4/4</i>	Les événements comme canal de diffusion
J13	Optimiser sa diffusion	Fonctionnement des algorithmes (réseaux sociaux, moteurs de recherche) ; initiation à la diffusion payante ; publication cross-média et recyclage de contenus ; calendrier éditorial – LIVRABLE 4 : plan de diffusion aligné sur les indicateurs définis en J4
M6 – Projet personnel – 2 journées		
J14	Affiner et finaliser son projet	Travail final autonome encadré (qui reprend les différents modules); consultations individuelles ; révision de la stratégie et des contenus sur la base de l'ensemble des retours
J15	Présenter et défendre son projet	Présentations (jury) ; discussion critique collective ; séquence de clôture réflexive