



### Objectif

Mettre en place une démarche RSE dans l'association, encourager nos adhérents à communiquer de façon responsable, accompagner leur engagement dans cette transition.

### Actions

- Faire un état des lieux et mettre en place un plan d'actions RSE
- Développer les écogestes au quotidien
- Sensibiliser et accompagner les adhérents à la communication responsable
- Accompagner les prestataires dans leur transition/engagement

### Indicateurs en 2028

- Atteindre jusqu'à 100% d'éco-événements
- Sensibiliser 100% des adhérents à la communication responsable
- Accompagner 50% de nos adhérents dans une démarche de labélisation

## Développement territorial

### Objectif

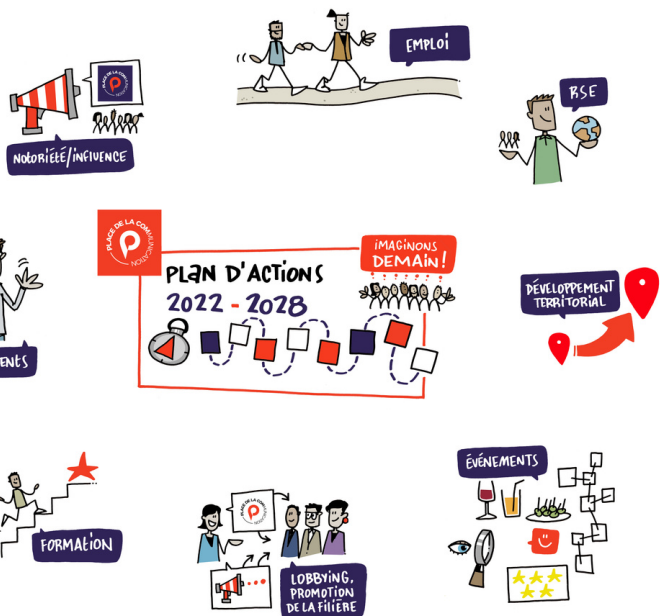
Développer l'ancrage de Place de la Communication sur l'ensemble de la Région.

### Actions

- Augmenter le nombre d'adhérents hors MEL
- Augmenter le nombre d'ambassadeurs
- Développer une offre de services délocalisée et créer un multi-sites
- Rechercher un financement FEDER pour la dynamisation et attractivité du territoire

### Indicateurs en 2028

- Augmenter de 30% le recrutement de nos adhérents hors MEL
- Recruter 4 coordinateurs territoriaux
- Animer 4 "antennes" hors MEL



## Notoriété et influence

### Objectif

Développer la notoriété de l'association sur la Région.

### Actions

- Mettre en place des actions de présentation des outils et services de l'association
- Faire évoluer nos outils de communication pour développer les compétences des professionnels et asseoir notre légitimité
- Adapter et réinventer nos supports pour être innovants et inspirants
- Faciliter les échanges entre adhérents et encourager les collaborations sur le territoire.

### Indicateurs en 2028

- Etre connu par les 100 plus grandes structures de la région
- Editer 1 livre blanc par an et être sollicité par 5 à 10 acteurs économiques ou publics sur des problématiques de communication
- Améliorer notre taux d'engagement sur nos supports
- Inviter + de 70 % de nos membres sur notre réseau interne

## Lobbying et promotion de la filière

### Objectif

Faire reconnaître la filière Communication et Marketing comme une filière métier sur la région Hauts-de-France.

### Actions

- Publier un Observatoire tous les 2 ans
- Lancer une grande enquête sur l'empreinte économique de notre filière dans la Région
- Créer le 1er site d'excellence pour la filière : Euracommunication

### Indicateurs en 2028

- Augmenter le nombre de répondants à nos études
- Ouvrir un lieu physique sur la Métropole Lilloise en 2025

Développer l'empreinte positive et économique de la Communication et du Marketing au service des acteurs des Hauts-de-France.

# Adhérents

## Objectif

Maîtriser de la composition de nos adhérents pour être encore plus représentatif des acteurs et métiers et du poids économique et des territoires.

## Actions

- Etablir un fichier des "cibles" prioritaires
- Analyser le parcours des adhérents et mettre en place des actions de fidélisation
- Développer notre visibilité grâce aux réseaux extérieurs

## Indicateurs en 2028

- Compter des adhérents dans les 100 plus grandes structures
- Atteindre un taux de renouvellement des membres d'au moins 75%
- Participation des membres du CA et Déléguée Générale à 10 réseaux extérieurs.

# Événements

## Objectif

Proposer des événements toujours plus qualitatifs pour se former, rester en veille et se constituer un réseau.

## Actions

- Définir le cadre de l'offre événementielle
- Mettre en adéquation l'offre événementielle avec l'évolution de nos métiers et de la société
- Développer le Labcom pour se former et rester en veille
- Faire évoluer le voyage d'étude comme un levier de développement économique

## Indicateurs en 2028

- Augmenter de 70 à 80 % le taux de remplissage des événements
- Satisfaction de minimum 8/10
- Organiser le Labcom sur une journée avec 100 à 150 participants

# Formation

## Objectif

Renforcer le développement du Campus de formation à destination des dirigeants, managers, donneurs d'ordre au sein de la Région Hauts-de-France.

## Actions

- Structurer la fonction RH
- Développer la formation des dirigeants d'entreprise, managers et donneurs d'ordre aux enjeux de développement économique, de formation et d'emploi
- Créer une offre de formation diplômante pour exercer la fonction Dircom

## Indicateurs en 2028

- Passer de 4 à 20 formations par an. Créer 5 à 6 modules de formation
- Former entre 5 et 10 professionnels à la fonction Dircom

# Emploi

## Objectif

Accompagner le développement de l'emploi des membres en recherche ou en veille.

## Actions

- Développer les compétences des adhérents en recherche ou en veille
- Organiser des rendez-vous de coaching individualisés
- Etre référencés comme association clef pour le recrutement de talents par les cabinets RH
- Proposer une opportunité de rencontre pour les membres en recherche, les étudiants et les salariés en veille.

## Indicateurs en 2028

- Organiser des ateliers tous les 2 mois avec jusqu'à 30 personnes par atelier
- Passer de 10 à 30 demandeurs d'emploi accompagnés par an
- Passer de 50 à 100 annonces par an diffusés sur notre site
- Pérenniser le Hub Emploi et Formation tous les 2 ans

# En chiffres

## 2022

- 68 événements sur le territoire des Hauts-de-France
- 2 543 inscrits à nos événements
- 8.5/10 de taux de satisfaction
- 477 membres (dont 112 nouveaux)
- 14% d'adhérents hors MEL
- 1 855 heures de bénévoles
- 4 Campus dédiés à la formation : 2 à Lille, 1 à Arras et 1 à Saint-Omer, soit 50 professionnels formés

## 2028

- 80 événements, dont 30% hors MEL
- 5 000 inscrits à nos événements
- 9/10 de taux de satisfaction
- 600 membres, dont les 100 plus importantes structures de la Région
- 30 % d'adhérents hors MEL
- 3 000 heures de bénévoles
- 5 à 6 Campus dédiés à la formation pour 300 professionnels formés

## et toujours...

Un Observatoire de la Communication, un voyage d'étude...

# L'équipe



Soyez acteur du projet Place de la Communication  
2022-2028

[contact@place-communication.fr](mailto:contact@place-communication.fr)

03 20 05 30 30

[www.place-communication.com](http://www.place-communication.com)