

COMMENT CONTINUER A COMMUNIQUER EN PERIODE ELECTORALE EN TOUTE SECURITE

PUBLIC VISE :

Collectivités territoriales et leur établissement public, agents publics, élus

PRE-REQUIS :

Aucun pré-requis n'est nécessaire. La formation s'adresse aussi bien aux professionnels débutants qu'expérimentés

OBJECTIFS :

- Anticiper les problématiques humaines sur le plan juridique
- Gérer une situation particulière dans le cadre global de gestion de la collectivité
- Appliquer une sanction

INTERVENANT :



Me Thomas PORCHET avocat collaborateur au sein du cabinet DROUINEAU 1927 installé à POITIERS-LA ROCHE SUR YON-ANGOULEME et BORDEAUX et composé de 20 avocats associés et collaborateurs exerçant en droit privé (recouvrement de créance, droit des assurances, responsabilité bancaire, civile et médicale, droit de la famille et successions) droit public, droit immobilier et de la construction, droit des affaires et droit de la vente immobilière.

DATES ET LIEU : à définir en fonction des disponibilités de l'intervenant

DUREE : une matinée ou une après-midi (3 h 30)

TARIFS : 200 € HT par participant (avec un minimum de 7) ou forfait à définir

PRISE EN CHARGE : Le cabinet est organisme de formation (Datadocké)

PROGRAMME :

- 1- Introduction : l'élection, les principes juridiques et le juge
 - Le mode de scrutin
 - Les textes et les principes applicables
 - Les dates et les délais de communication (6 mois avant l'élection, l'avant-veille, la veille, le jour J)
 - Les pouvoirs du juge de l'élection
 - La notion de sincérité du scrutin

- 2- Les principes de la communication
 - La communication de la collectivité
 - Poursuivre l'accomplissement du mandat
 - Les habitudes générales de communication
 - Les supports de communication (papier, internet, manifestations, inaugurations, cérémonies)

- 3- La communication de l'élu sortant candidat
 - La communication uniquement dans le cadre de la campagne
 - Règles et propagandes du candidat, autorisations et interdictions
 - Les confusions entre les communications, les procédés, la communication électronique

- 4- La communication des partenaires de l'élu sortant candidat
 - Le personnel de la collectivité
 - Les bénévoles, les équipes de campagne, les initiatives personnelles
 - La presse, la PQR (les procédés publicitaires, les interviews, les sites internet)
 - Les autres candidats
 - Les moyens alloués par des personnes morales
 - La communication des autres collectivités

- 5- Cas pratique
 - Exemples et mises en situations, à partir de jurisprudences, pour appréhender au cas par cas, la décision du juge sur une difficulté donnée