

# LBO. la bande organisée

Une bande, selon nous, est un groupe  
au sein duquel les valeurs et les convictions  
sont suffisamment partagées pour qu'il soit  
constitué en toute lucidité.



Conseil en communication  
Communication institutionnelle  
Définition de politique générale  
Plaidoyer & lobbying  
Animation de réseau  
Organisation de consultation  
Conseil en transformation,  
conduite du changement  
Projets web et éditoriaux  
Veille et « météo »

Esprits ouverts et indépendants, complémentaires, capables de recul et de hauteur de vue, nous adorons gagner, c'est même ce que nous préférons, mais pas à n'importe quel prix.

Passionnés « d'œuvre collective » et de communication, professionnels de la conduite et de la promotion des intérêts généraux de groupes constitués, voire de « causes », de l'optimisation des organisations, nous demeurons très attachés aux qualités humaines, supports d'au moins tant de potentialités trop souvent sous-employées.

En toute connaissance des évolutions et de la « mouvance » actuelle, nous saurons vous accompagner dans une démarche globale ou ponctuelle, stratégique ou opérationnelle.

Nous sommes familiers de l'environnement institutionnel, rompus au management d'équipes pluridisciplinaires et aux relations avec toutes sortes de public - élus, partenaires sociaux, consulaires, organisations professionnelles ou interprofessionnelles - dans toutes sortes d'univers (collectivités locales ou territoriales, ministères ou services déconcentrés).

Nous pouvons également vous accompagner et piloter vos projets de développement ou de reconfiguration de vos outils de communication numériques ou non, votre présence sur la toile et sur les réseaux sociaux, etc.

Combatifs, opiniâtres, mais mesurés, nous savons être aux côtés de nos clients tout au long du processus d'accompagnement.

Faire partie de la bande, c'est partager tout ou partie de ces besoins, envies et ambitions, que l'on soit client ou prestataire... l'organiser en quelque sorte !

# Animation de réseau

Le réseau, phénomène omniprésent dans le discours du moment, recouvre le meilleur comme le pire et n'a quelque fois de social que le nom.

Tout réseau - bénévole, syndical, politique, consulaire, associatif, etc. - doit par nature être animé.

Cela consiste à fédérer ses membres autour de projets communs, structurer et soutenir son développement, etc.

La difficulté réside le plus souvent dans la conjugaison ou la mise en synergie des intérêts collectifs, portés au niveau régional, « au national », voire plus ou beaucoup plus...

Méthodologie/exemples :

- Organisation et animation d'ateliers
- Carte des compétences et des initiatives du réseau
- Définition de programmes de développement
- Accompagnement des équipes pilotes
- Création d'outils de communication
- Modélisation et transfert des bonnes pratiques

# Définition de politique générale

Autant se laisser aller à une plaisanterie facile sur ce sujet qui ne l'est guère ; la politique générale, ce n'est pas de la politique en général...

C'est le référentiel support auquel on se raccroche en cas de doute ou d'excès de complexité, ce sur quoi on assoit la fédération et l'adhésion des énergies, la conviction des interlocuteurs et la communication.

Il est de bonne pratique de se livrer à l'exercice de sa redéfinition, ajustement ou actualisation animée par un tiers capable de recul et qui n'est pas partie prenante.

Méthodologie/exemples :

- Analyse du contexte socio-économique et des concurrences
- Analyse du positionnement, de la gouvernance, la politique d'influence
- Animation de groupe de travail administrateurs et services opérationnels
- Évaluation de la perception des interlocuteurs et partenaires
- Recommandation globale :
  - Veille « météo » socio-économique, présentations de scénarios alternatifs
  - Définition du nouveau positionnement (si nécessaire)
  - Définition de la politique de communication (interne, externe),
  - Ajustement de la gouvernance, organisation fonctionnelle

# Projets web et éditoriaux

Vulgariser, prendre position, offrir une base documentaire riche et organisée, raconter de belles histoires, fidéliser... voilà quelques motifs louables pour engager un projet éditorial, qu'il soit couché sur papier ou porté sur le web.

Méthodologie/exemples :

- Conception et rédaction 100 % : recherche documentaire, écriture, suivi de la chaîne graphique
- Newsletters, supports d'événementiel, plan de communication
- Réécriture et éditng : réviser, adapter selon les cibles et les supports, sélectionner, corriger des contenus existants
- Constitution de l'arborescence, découpe des contenus imposants
- Création de sites web informatifs, documentaires, e-commerce et AMOA

## Veille et « météo », risques et opportunités

L'exercice qui consiste à étudier le jeu des acteurs, déchiffrer les tendances, modéliser les avènements... bref, établir une « météo » fiable est désormais indispensable aux organisations.

C'est à la fois un formidable outil d'animation et un outil d'aide à la décision, à l'établissement du plan d'actions, et de politique générale...

Il s'agit d'une prestation à géométrie variable qui va du simple brainstorming auquel il est sain de s'exercer périodiquement, jusqu'à l'entrée dans une démarche de redéfinition de la politique générale ou de transformation, en passant par la motivation managériale des équipes.

Méthodologie/exemples :

- Analyse du contexte socio-économique et des concurrences
- Veille sectorielle
- Interviews/contacts interlocuteurs et partenaires
- Animation de groupes de travail
- Définition des scénarios alternatifs
- Séminaires/modules de formation
- Synthèse et plan d'actions

# La bande s'organise autour d'un duo complémentaire qui se connaît bien.



Philippe RIBEYRON

Management de projets et des personnes  
• Plaidoyer & lobbying • Aide à la définition  
de politique générale • Communication  
institutionnelle Construction, expertise  
de modèle économique • Accompagne-  
ment du changement et management  
de transition • Dialogue social et parita-  
risme • Formation initiale et continue,  
adéquation emploi formation • Décen-  
tralisation et consulaire • Programmes  
européens et fonds structurels

A dirigé des organisations de statuts  
et de tailles différentes, à Paris et  
en régions.

[philippe.ribeyron@labande.org](mailto:philippe.ribeyron@labande.org)



Constance RENAULT

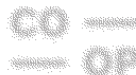
Stratégie et mise en œuvre de commu-  
nication tout support et événementiel,  
institutionnelle ou marketing • Gestion  
des IRP, négociations sociales, gestion de  
crise • Organisation • Maîtrise d'ouvrage  
web, gestion de projets • Production  
et gestion de contenus • Formation  
initiale • ESS • Etablissements culturels,  
musées • Organisations professionnelles  
• Organisations intergouvernementales  
Pragmatique et orientée solution, a  
travaillé pour des secteurs variés, avec  
une nette préférence pour le secteur  
public et associatif.

[constance.renault@labande.org](mailto:constance.renault@labande.org)

Et c'est aussi un réseau de professionnels (graphiste, développeur, auditeur, etc.)  
qui rejoignent La bande organisée pour des projets à besoins spécifiques.



Conception graphique :  
Laurent GOURDIEN  
membre de La bande organisée



Impression sérigraphique :  
l'Atelier CO-OP  
membre de La bande organisée