

Les campagnes de communication

En bref

Les Directions communication des ministères (DICOM) lancent et pilotent les campagnes de communication relevant de leur périmètre ministériel.

Présentation

- Les dispositifs de communication dont le budget excède 50 000 € HT sont soumis à la validation du SIG avant diffusion via une procédure d'agrément (cf. fiche « [Agrément opération de communication](#) »).
- Le SIG a un rôle de coordination et d'accompagnement des campagnes ministérielles.

Points clés

- Le SIG s'assure de l'application des règles établies au sein des diverses chartes de communication de l'État.
- Le SIG veille également à la bonne coordination du dispositif au regard de l'activité de la sphère étatique (concomitances des dispositifs de communication).
- Le SIG peut également exprimer des recommandations d'ajustements stratégiques afin d'améliorer la performance des dispositifs (ajustement des objectifs, angles de communication, parti-pris créatif...).

Afin que le SIG puisse mener à bien sa mission de coordination et d'accompagnement, il est essentiel que les délais de saisie des agréments soient respectés.

Le saviez-vous ?

Dans le cadre d'une campagne interministérielle, le SIG peut également accompagner les cabinets ministériels et les DICOM, dans la phase de conception des dispositifs en apportant une expertise de conseil via sa connaissance de l'activité de l'écosystème gouvernemental et les données d'opinion à sa disposition afin d'optimiser l'efficacité de votre dispositif.