



« *Communication de crise : retours d'expérience et bonnes pratiques* »

Atelier IDEAS Lab

Le mardi 4 avril 2023

FONDATION
GoodPlanet

Albane GODARD


LIMITE

Xavier GAY

L'Institut IDEAS, en action

Les associations, fondations et fonds de dotation....

→ L'Institut IDEAS propose 4 solutions pour renforcer la capacité d'action et de développement des organismes sans but lucratif

EVALUER

ses pratiques
avec l'AUTODIAG




- ✓ 10 minutes / en ligne
- ✓ Evaluer l'organisation
- ✓ Comparer ses pratiques

DÉCOUVRIR

les 90 Bonnes Pratiques
du Guide IDEAS



- ✓ Accessible à tous 
- ✓ 90 bonnes pratiques
- ✓ 3 thèmes :
 - Gouvernance
 - Finance
 - Pilotage & Evaluation

S'INSPIRER

Avec la web série
« *Témoins engagés* »



- ✓ Témoignages d'associations
- ✓ Conseils pour appliquer les bonnes pratiques
- ✓ Un épisode par bonne pratique

S'ENGAGER

Jusqu'au label IDEAS
avec un
accompagnement



- ✓ Approche 360 ° dans la durée
- ✓ Accompagnement personnalisé
- ✓ Un label pour valoriser
- ✓ Une Communauté pour échanger

LES OBJECTIFS DE L'ATELIER

- Caractériser une situation de communication de crise
- Partager des retours d'expérience
- Apporter des outils pour préparer et gérer une communication de crise

AGENDA (9h30-12h)

- **Introduction et présentation des actions de l'Institut IDEAS**
- **La communication de crise dans les bonnes pratiques du guide IDEAS**
- **Présentation de la Fondation GoodPlanet et de l'agence LIMITE**
- **Comment caractériser une communication de crise ? Comment en évaluer les risques ?**
- **Retour d'expérience de la Fondation GoodPlanet : le cas Z EVENT 2022**
- **Comment communiquer en temps de crise ? Quels outils pour gérer au mieux une crise médiatique ?**
- **Comment prévenir une crise et s'y préparer ?**



Communication de crise et bonnes pratiques IDEAS

La bonne pratique du guide qui fait référence à la communication de crise

OBJECTIF G5

UNE POLITIQUE DYNAMIQUE DE GESTION DES RISQUES

ÉLABORATION D'UNE PROCÉDURE DE GESTION DE CRISE – G5.2

Bonne Pratique 33 : L'entité élabore des scénarii de gestion de crise sur les risques majeurs auxquels elle est particulièrement exposée, et qui le nécessitent.

Ils incluent si nécessaire un volet « **communication de crise** ».



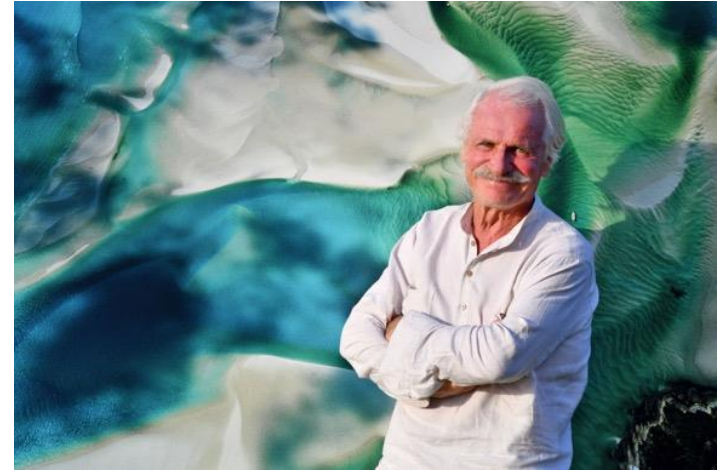
2

Présentation :

- **Fondation GoodPlanet**
- **Agence LIMITE**

FONDATION
GoodPlanet

RASSEMBLER LE PLUS GRAND NOMBRE DANS LA CONSTRUCTION D'UN MONDE PLUS ÉCOLOGIQUE ET PLUS SOLIDAIRE



« Plus de quinze ans après la création de la Fondation GoodPlanet, nous habitons dans un monde de plus en plus chaud, un monde dans lequel les sociétés poursuivent leur course aveugle à la surconsommation.

La réalité des dérèglements climatiques et le besoin impérieux d'agir à la mesure de l'enjeu nous concernent tous sans exception. Pour ma part et avec la Fondation GoodPlanet, je poursuivrai mon engagement avec toute ma force, pour une société plus altruiste, consciente des limites de sa planète, et pour ainsi mieux vivre ensemble »

—

Yann Arthus-Bertrand
Président de la Fondation GoodPlanet

NOS MISSIONS : LA SENSIBILISATION ET L'ACTION

COMPRENDRE



IMAGINER



AGIR



APPROCHE & VALEURS

Maximiser les impacts de chacune de nos actions.

Servir à la fois **le climat**, la **biodiversité**, une meilleure gestion **des ressources** et le **bien être humain**.

Susciter l'envie d'**agir** auprès du plus grand nombre, et en particulier des plus jeunes, en leur donnant à **comprendre** les enjeux écologiques et solidaires de notre époque et en les invitant à **imaginer** un futur désirable pour toutes et tous.

Collaborer afin de pouvoir **démultiplier nos capacités d'actions**, capitaliser sur les savoir-faire, et encourager la complémentarité des approches.

Encourager **l'expérience** : expérimenter, c'est oser, découvrir, se contredire.



DIALOGUE



IMPERFECTION



INTEGRITE



ALTRUISME



COHESION

SENSIBILISER

LE PLUS GRAND NOMBRE

LA SENSIBILISATION AU DOMAINE DE LONGCHAMP



+ de 450 000 visiteurs depuis l'ouverture

Un site exceptionnel gratuit et ouvert à tous

- Un parc de **3,5 hectares de nature préservée** : espace forestier, potager, rucher pédagogique...
- Des **expositions** intérieures et extérieures
- **2 escape game « Mission Energie »**
- **L'Ecole GoodPlanet**, et sa **cuisine pédagogique**, entièrement consacrés aux ateliers de sensibilisation
- Mais aussi : 1 **salle de cinéma** de 80 places, une **collection d'instruments de musique du monde**, une offre de restauration responsable...

Avec une programmation originale tous les week-ends

→ Ex : Festival Résonances (avril), Festival Gravity #3 (mai), Festival Chilowé (juin), Festival MIAM (septembre)

LA SENSIBILISATION A L'ECHELLE NATIONALE

MISSION ENERGIE



CAP 2030



DES OUTILS DE SENSIBILISATION



AGIR

**SUR LE TERRAIN
ET EN ENTREPRISE**

AGIR SUR LE TERRAIN

61 projets dans 22 pays et + 268 000 bénéficiaires



+136 ha de mangroves régénérés

+290 ha restitués aux communautés locales

+3 aires marines protégées activées



+82 294 tonnes de déchets traitées

+7 515 tonnes de compost produites



+12 445 cuiseurs solaires

+4 055 cuiseurs améliorés

+20 840 biodigesteurs

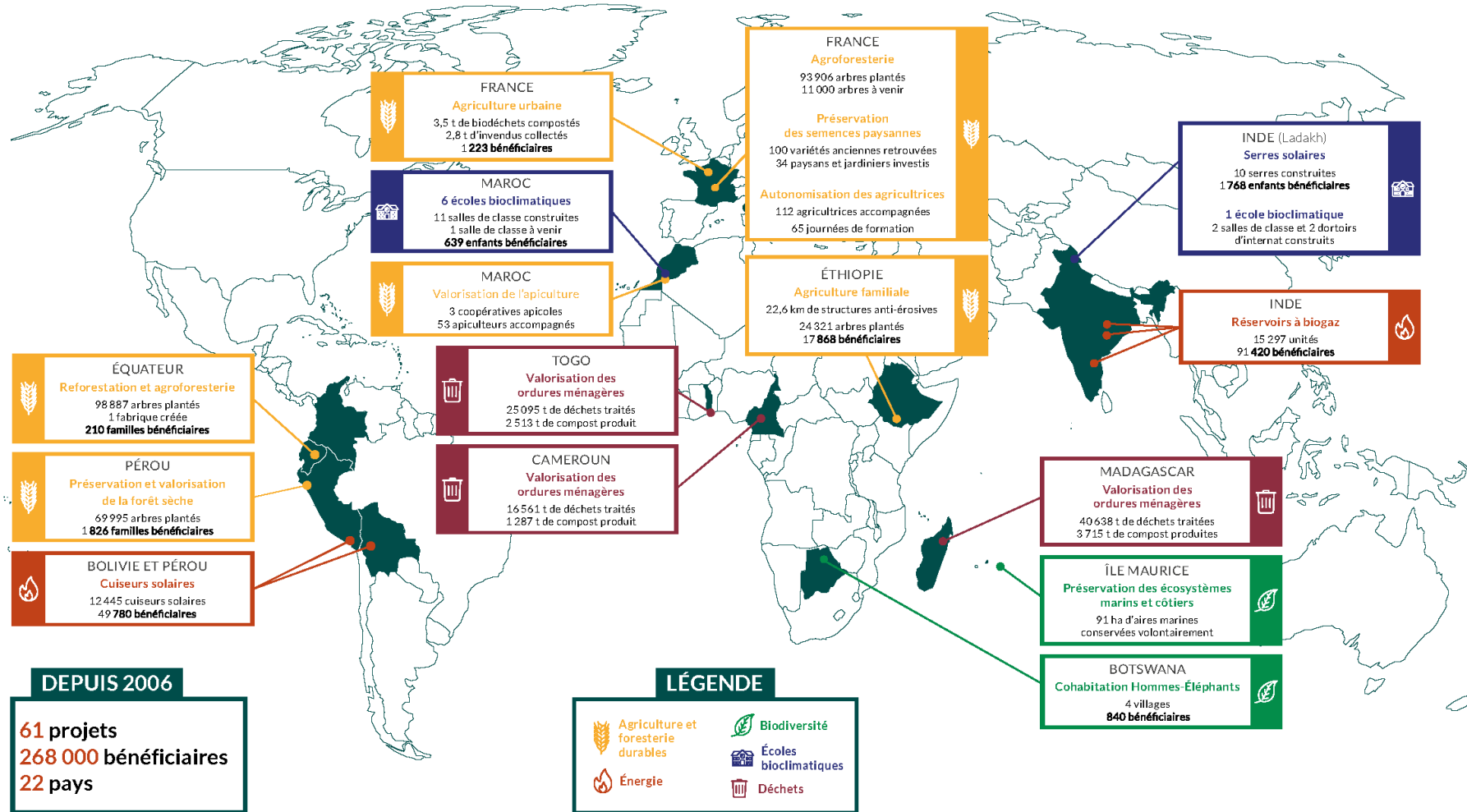


+2,2 M d'arbres plantés en agroforesterie

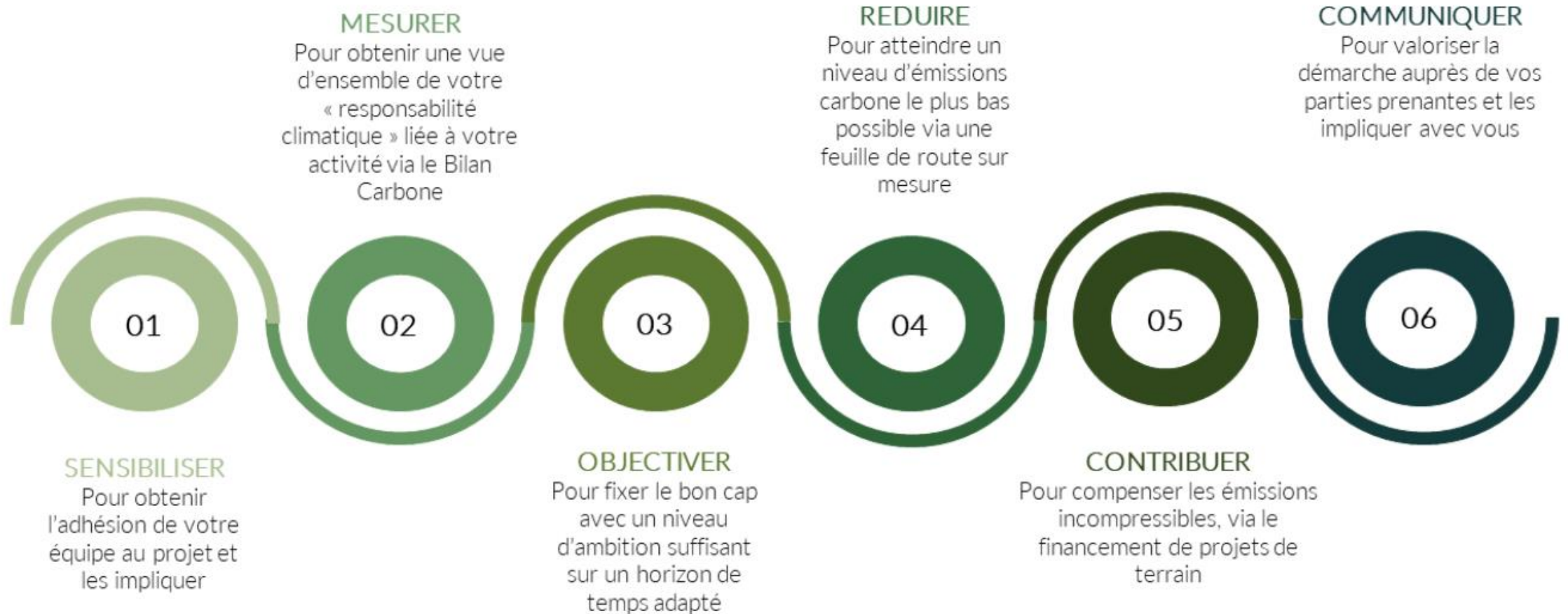


+17 classes et dortoirs bioclimatiques construits

AGIR SUR LE TERRAIN



AGIR EN ENTREPRISE





3

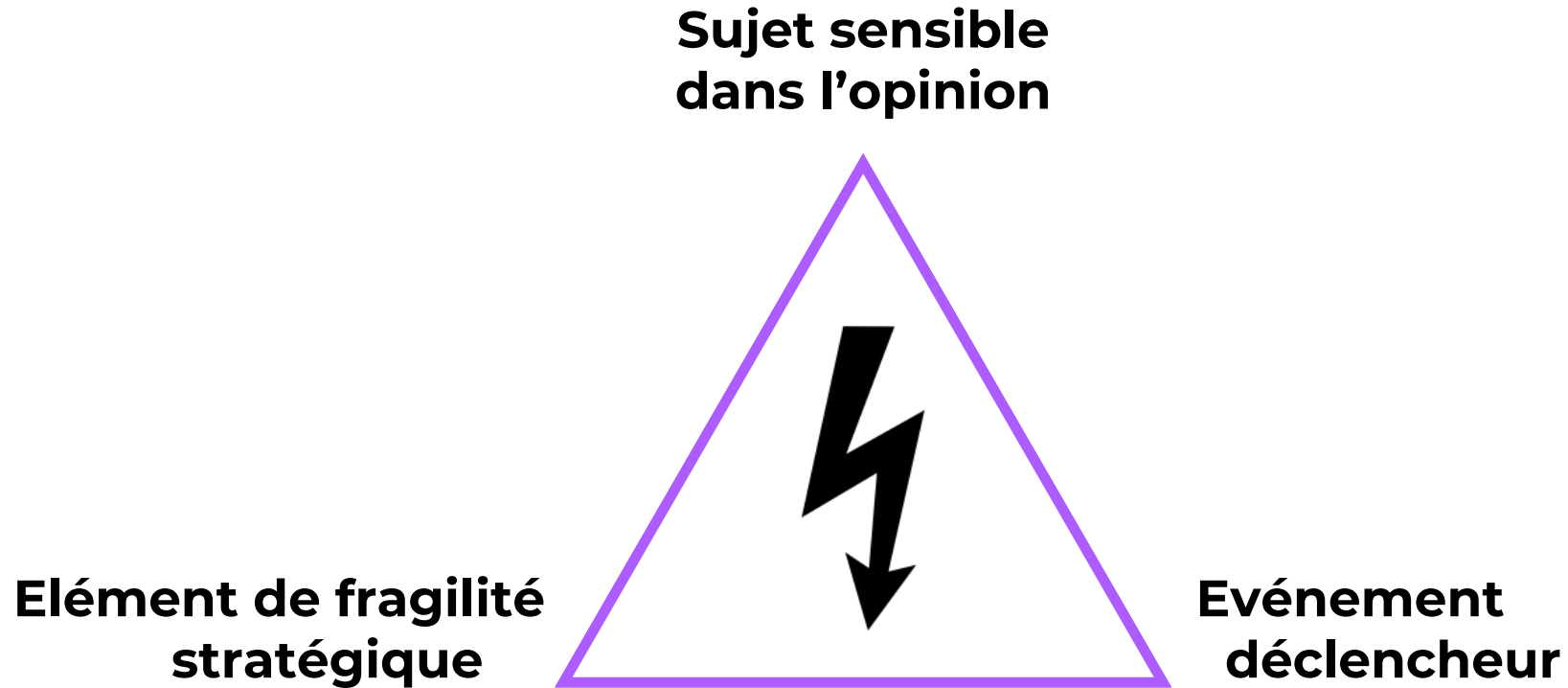
**Comment caractériser une communication de crise ?
Comment en évaluer les risques ?**



Crise de com : de quoi parle-ton ?

- Il existe des crises de communication sans crise technique réelle et vice-versa
- La crise de com peut avoir des effets très concrets et laisser des traces durables
- 9/10 crises de communication n'éclatent jamais sur la place publique
- 1 crise sur 2 qui éclate aurait pu être évitées
- L'opinion juge davantage l'organisation sur la gestion de la crise que sur l'objet de la crise elle-même

Comment évaluer le risque ?



Les grandes typologies de crises auxquels les acteurs de l'intérêt général sont les plus exposés



Celles qui relèvent de la question de l'argent



Celles qui relèvent du fonctionnement



Celles qui relèvent de l'opinion et de la religion



4

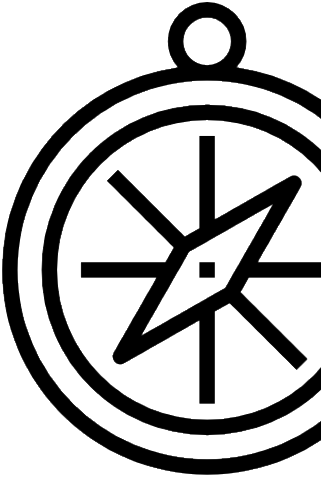
Retour d'expérience : la Fondation GoodPlanet et Z EVENT 2022



5

**Comment
communiquer en
temps de crise :
quels outils utiliser ?**

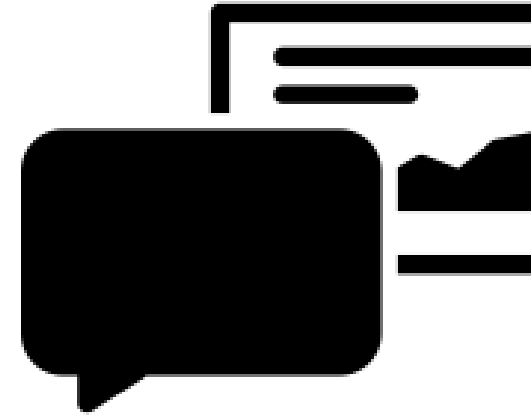
1. La boussole stratégique



La stratégie de communication de crise doit être élaborée à partir des deux questions clés à partir desquelles le récit et les questions-réponses sont élaborés :

- que souhaitez-vous qu'il reste de positif comme trace dans l'opinion, pour l'organisation, à l'issue de la crise ?
- qu'êtes-vous prêts à sacrifier en dernier ?

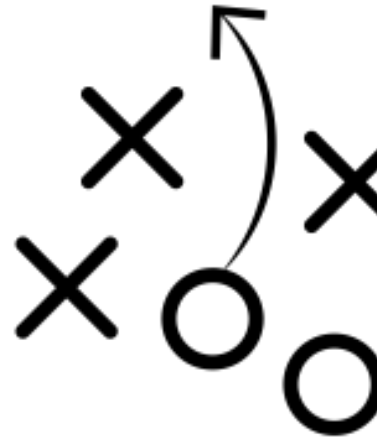
2. La plateforme de discours et le Q&R



Ce que l'on doit retrouver dans ce doc de référence :

- 15-20 lignes racontant ce qu'il s'est passé et le replaçant rapidement dans le contexte
- Les données factuelles : adresse, contact, nombre de salariés et/ou de bénévoles, statut, financeurs, organigramme, etc.
- Un questions-réponses avec autant de questions que nécessaire anticipant les questions potentiellement gênantes ou complexes de journalistes, de donateurs, de partenaires, etc.

3. Le tableau des publics



Ce tableau permet de préciser le plan d'actions :

Publics	Messages	Fait	À faire	Qui	Quand

4. La Comité de crise

Ses missions :

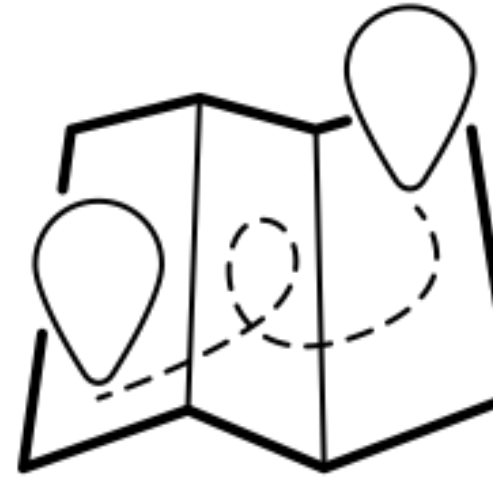
- Évaluer le potentiel de crise (de communication)
- Mettre en place les outils de base (plateforme de discours, Q&R et tableau des publics)
- Décider du plan d'action (en termes de communication)
- Préciser le cas échéant l'articulation avec un plan d'urgence technique (ex : Plan Bleu)
- Suivre l'évolution de la crise, tenir le tableau de bord



5. Le tableau de bord de la gestion de crise

Ses missions :

- Garder la mémoire de toutes les actions, en articulation avec le juridique et le technique.



Date	Heure	Fait	Par qui	Commentaire



6

Comment prévenir une crise et s'y préparer ?



Comment anticiper et se préparer

- Un préalable : aborder la question en Codir et/ou avec son CA
- Identifier/évaluer les risques potentiels
- Créer le comité de crise (et le réunir régulièrement)
- Mettre en place (et, ensuite, mettre à jour) les outils de gestion de crise
- Réaliser un/des exercice(s) de crise
- Mettre en place une veille active
- Tenir à jour les fichiers