

2016



**4 TABLES
RONDES**

**21 INTERVENANTS
PRESTIGIEUX**

**MARKETING DES ONG :
ÉTHIQUE EN TOC?**



INFORMATIONS-PRESSE _____

Compte Rendu des rencontres de la communication solidaire



PROJECTION DU FILM

**LES MIGRANTS
NE SAVENT PAS NAGER**

Production : Point du Jour
Écrit et réalisé par : Jean Paul Mari et Frank Dheleens

12h30/14h au Musée Dapper



**11^{ème} GRAND PRIX DE LA
COMMUNICATION
SOLIDAIRE**

>> LE 7 DÉCEMBRE 2016 AU MUSÉE DAPPER



Relations Médias

Marie-Pierre Medouga

0622787138 – agencerp@orange.fr

09/12/2016

SOMMAIRE

Introduction	Page 2
Mur de tweets	Page 3
Résumé des tables rondes	Page 5
Quelques slides de l'étude Kantar Media	Page 8
Résumé des tables rondes (suite)	Page 9
Le film	Page 10
Le 11 ^e Grand Prix	Page 11
Les partenaires	Page 12
Contacts	Page 13

Annexes : résultats complets & études sur demande (agencerp@orange.fr)

RENCONTRES DE LA COMMUNICATION SOLIDAIRE - EDITION 2016

Une journée exceptionnelle que celle qui s'est déroulée le 7 décembre au Musée Dapper.

En dépit du pic de pollution et de la circulation alternée et des aléas des transports en commun, les rencontres de la communication solidaire auront rassemblé plus de 300 personnes autour des questions d'éthique, de déontologie, de respect des donateurs et des bénéficiaires et des rapports complexes entre les ONG et les entreprises.

Les réseaux sociaux ont largement relayé la manifestation et se font fait l'écho des préoccupations et avis très partagés des acteurs et intervenants du secteur.

Des invités Surprise et des études exclusives sont venues ponctuer la cérémonie du 11e grand prix qui a permis de récompenser la créativité des agences de communication.

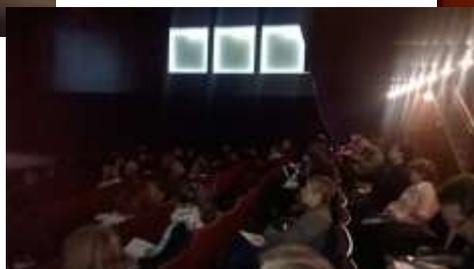
Des questionnements qui traduisent les mouvements de fond de la société civile

S'il y a un mot que l'on a entendu souvent, c'est « paradigme » ! les changements, les bouleversements de la société qui surviennent, imposent aux ONG de modifier le contenu et la forme de leur message auprès des donateurs tout autant que des bénéficiaires. En miroir, les entreprises oscillent entre la volonté de participer à cet élan citoyen et ses nouvelles approches afin de se rapprocher de leurs consommateurs ou de de leurs collaborateurs et la nécessaire rentabilité qui doit guider leurs actions. On assiste à une confusion des rôles, à un consensus parfois mou que déplorent d'ailleurs certains chercheurs universitaires ou journalistes du secteur. Des relations en apparence apaisées et une vision du mécénat qui viennent frontalement se heurter avec l'activisme citoyen qui dénonce la récupération ou la captation des symboles propres aux ONG par le secteur marchand. Un phénomène qui vient bouleverser la donne avec des messages plus percutants, grattant ainsi à vif – et sans anesthésie - les petites plaies d'un secteur en pleine mutation.

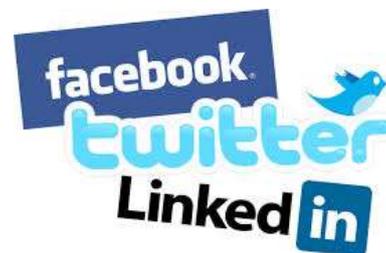
L'Imam de Bordeaux et théologien, Tariq Obrou est venu conclure les échanges sur la place de l'éthique et de l'humanitaire dans l'Islam.

Le grand Prix a permis de récompenser une campagne disruptive qui justement réconcilie le public et les jurés.

Deux prix ont permis de médiatiser l'activisme citoyen : Le prix de l'activiste de l'année et celui du Legal hacker



MURS DE TWEETS



Les relais au travers des réseaux sociaux ont généré des centaines de tweets touchant plus de 100 000 personnes

On peut les retrouver au travers du compte @ComWBorders ou #rencontresCSF2016

Aman Abdel @aman_abdel 24 hil y a 24 heures

Aman Abdel a retweeté Emilie Chapron

les rideaux sont fermés pour les #RencontresCSF2016 et #GPCSF2016 , rendez-vous en 2017

Aman Abdel ajouté,



Emilie Chapron @MilieTchang

La photo de famille ! Bravo à tous les participants #GPCSF2016 et merci @ComWBorders !

Com Sans Frontières @ComWBorders 19 h il y a 19 heures

Merci à tous les participants qui ont contribué à la réussite de cet événement. Cette soirée a été un succès grâce à vous ! #GPCSF2016#merci

Com Sans Frontières a retweeté



Isabelle Gougenheim @IGougenheim 7 déc.

Isabelle Gougenheim a retweeté Suzanne Chami

Des questions de fond dans un univers qui se professionnalise et se diversifie [@generosites](#)

[@CarenewsCom](#) [@ComWBorders](#)

Isabelle Gougenheim ajouté,



Suzanne Chami @IDEASchami

Déontologie du communicant, le débat commence @asso_ideas @IGougenheim #Rcsf2016

0 réponse2 Retweets3 j'aime

Imagine t-on un journaliste sans code de déontologie ? [@emicfd](#) #RencontresCSF2016

Attention tout le monde n'a pas le même modèle économique dans les ONG [@PierreMicheletti](#) [@ACF_France](#)

[@sciencespogrenoble](#) #RencontresCSF2016

0 réponse0 Retweet1 j'aime

Efficacité fonctionnelle des campagnes [#commsolidaire](#) vs vision inspirante du [#BienCommun](#) ? [#RencontresCSF2016](#)
[@ComWBorders](#) [@CELSA Officiel](#)

La communication produit du désenchantement [@joellelemarec](#) [#rencontresCSF2016](#)
Tout cela pour provoquer les débats, pour rendre visibles les causes humaines. [#RencontresCSF2016](#)
[@ComWBorders](#)

nourelarre ajouté,

Mona bernia [@monabernia](#)

Transgresser, choquer pour faire bouger les lignes, c'est aussi le rôle de la #communication des #ONG [@edutertre](#)
[@ComWBorders](#)

Asymétrie totale entre les moyens des ONG et ceux des entreprises dans le débat politique [@RenaudFossard](#)
[@antipub](#) [#RencontresCSF2016](#)

L'éthique aujourd'hui est devenue technique le sens se perd ici [@tareqoubrou](#) [#RencontresCSF2016](#)
Bientôt le don par SMS [@FSampermans](#) [@generosites](#) [#RencontresCSF2016](#)

La communication des ONG n'est pas que publicitaire [@pierre](#) Micheletti [@ACF France](#)
[#rencontresCSF2016](#)

Penser la régulation ne peut se faire sans prendre en compte l'environnement de cette régulation [@antipub](#)
[@RenaudFossard](#) [#rencontresCSF2016](#)

[#Sécurité](#) des données [#transparence](#) [#confidentialité](#) [#tracking](#) au coeur du débat sur la sécurisation de la collecte
[#ONG](#) [#RencontresCSF2016](#)

Latika Olivier [@latikaolivier89](#) 7 déc.

Latika Olivier a retweeté Com Sans Frontieres

Indépendance des ONG en matière de comm. Chantal Bruneau fait le point [#RencontresCSF2016](#) [@ComWBorders](#)

Latika Olivier ajouté,

Com Sans Frontieres [@ComWBorders](#)

Ce n'est pas aux pouvoirs publics de réguler la communication des ONG [#chantalbruneau](#) [#RencontresCSF2016](#)

ARPP un bon exemple de la non régulation les ONG ne sont pas décisionnaires [@RenaudFossard](#) [@rap](#) [@antipub](#)
[#RencontresCSF2016](#)

Le cœur des associations c'est le militantisme pas le marketing [@edutertre](#) [@agence_excel](#) [#RencontresCSF2016](#)
Contrôler la Com marchande pour faciliter l'émergence des campagnes citoyennes des ong [@RenaudFossard](#)
[#RencontresCSF2016](#)

Quel témoignage, quelle claque... Bravo [@SOSMedFrance](#) et merci [@ComWBorders](#) de nous avoir fait découvrir ce film...

La [#migrants](#) [#réfugiés](#) ont été au centre des préoccupations des ONG cette année. [#RencontresCSF2016](#)
[@ComWBorders](#)

Pascal Devaux ajouté,

Don en confiance [@donenconfiance](#)



Projection du film "Les migrants ne savent pas nager" de Jean-Paul Mari & Frank Dhelens
[#RencontresCSF2016](#)



LES RESUMES DES TABLES RONDES

10H/11H « ONG/ENTREPRISES, DES RAPPORTS ETHIQUEMENT CORRECTS ? »

Sous la médiation de AMOBE MEVEGUE, Journaliste à France 24 et fondateur de UbizNews avec la participation de :

- 🎤 **Benoît Miribel**, Président du Centre Français des Fonds et Fondations
- 🎤 **Thierry Laurens**, Vice-président de l'agence Optimus
- 🎤 **Marc-Antoine Pérouse de Montclos**, Professeur de Géopolitique, Paris 8
- 🎤 **Charlotte Dekoker**, Délégué générale adjointe chez Admical
- 🎤 **Boris Martin**, Rédacteur en chef de la revue Alternative Humanitaire

La question centrale est une antienne : jusqu'à quel point, les ONG sont-elles inféodées aux entreprises qui les soutiennent ? Les relations entre entreprise et ONG posent la question de l'indépendance mais aussi de la co-construction du projet d'intérêt général. Est-ce une évolution souhaitable ? Par ailleurs, l'autre thématique porte sur la posture des ONG : tantôt grands spécialistes du marketing, elles communiquent et font preuve d'une activité publicitaire très importante pour collecter des fonds. Tantôt, elles informent et font des plaidoyers pour défendre, promouvoir des causes d'intérêt général qui sans elles, seraient méconnues du grand public. Entre les plaidoyers et la collecte, les messages sont différents, parfois contradictoires et prêtent à confusion.

Ecouter Boris Martin : <https://youtu.be/xGIGoFcWovU>



« COLLECTES D'INFORMATIONS : COMMENT LES ONG PROTEGENT LEURS DONATEURS ? »

Sous la médiation de AMOBE MEVEGUE, Journaliste à France 24 et fondateur de UbizNews et avec la participation de :

- 👤 **Nathalie Blum**, Directrice générale du Don en confiance
- 👤 **Antoine Martel**, Co-fondateur et Directeur de iRaiser.eu
- 👤 **Fabrice Epelboin**, Co-fondateur de Yogosha et Enseignant à Sciences Po. Paris
- 👤 **Géraldine Poissonier**, Gérante du site MesOpinions.com

Un sujet crucial car il est au cœur de cette révolution des données que la société est en train de vivre et pour laquelle elle est encore sous équipée, sous-informée et mal préparée. Ce qui est vrai pour la société civile qui, en dépit de Snowden peine encore à prendre conscience des nécessités de la Cybersécurité, l'est encore plus pour les ONG qui détiennent des millions de données en provenance de leurs donateurs ou des sympathisants de leurs causes (pétitionnaires). Les données sont une arme, un moyen d'échanges et/ou de pression sur les états et les organisations et leur protection est indispensable. La loi va faire obligation aux entreprises (et donc aux ONG) de se protéger et de s'équiper. Des procédures d'identification à deux ou trois niveaux vont être requises. La CNIL dispose de l'autorité légale pour ce faire et le Don en Confiance (organisme d'auto régulation) a déployé un arsenal assez complet pour protéger des données des donateurs. Les 84 organisations agréées doivent s'y plier sous peine de perdre leur label.



« MARKETING ET COMMUNICATION DES ONG : UNE AUTORITE DE CONTROLE EST-ELLE NECESSAIRE ? »

Sous la médiation de CHRISTINE MURATET, Journaliste / Reporter à RFI et avec la participation de :

- **Eric Dacheux**, Professeur en sciences de l'information et de la communication, Université Blaise Pascal
- **Chantal Bruneau**, Secrétaire générale du Haut Conseil de la Vie Associative
- **Joëlle Le Marec**, Professeur au CELSA Université Paris 4
- **Eric Dutertre**, Président de l'agence Excel
- **Renaud Fossard**, Militant de RAP Paris (Résistance à l'Agression Publicitaire)

Un sujet brûlant ! Bon nombre d'ONG ne veulent plus de contrôles et estiment que l'arsenal d'autorégulation en place est suffisant : l'ARPP, le Don en confiance, la communication responsable permettent aux professionnels de la communication des ONG de prendre leurs responsabilités. Les militants ainsi que des universitaires estiment que dans cette inflation publicitaire que l'on constate, l'intérêt général et l'enjeu citoyen sont mis de côté. Néanmoins les ONG pensent que pour beaucoup, le public sera le censeur.

Contrôler quoi ? Pourquoi ? Ce n'est pas le rôle de l'État ou des pouvoirs publics jugent-elles globalement. L'association c'est une liberté qu'il faut préserver estime Chantal Bruneau



7 **TABLES RONDES**
DÉCEMBRE LES RENCONTRES DE L'OBSERVATOIRE
2016 DE LA COMMUNICATION SOLIDAIRE
MUSÉE DAPPER - PARIS 9H-17H30

JOËLLE LE MAREC
PROFESSEUR AU CELSA UNIVERSITÉ PARIS 4
INTERVENANTE

**MARKETING DES ONG :
ÉTHIQUE EN TOC?**



www.communicationsansfrontieres.org

En regard de cette constatation, les éléments de l'étude réalisée par **Kantar Média** qui présente les chiffres clés de la pression publicitaire (ou l'investissement) : L'intégralité de l'étude est fournie en annexes.



Une pression publicitaire stable pour les humanitaires en 2016

Pression publicitaire brute des organismes humanitaires
Janvier – septembre 2016 vs 2015



KANTAR MEDIA

2

Plus de 2 ONG sur 3 communiquent en presse

Nombre d'annonceurs par média
Janvier – septembre 2016



KANTAR MEDIA

3

Les 3 premiers annonceurs par média

Sur la base de leur pression publicitaire brute
Janvier – septembre 2016

PRESSE	RADIO	TELEVISION	AFFICHAGE	INTERNET	CINEMA
Fondation de France	EFS ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG	Établissement Français du Sang	SA	unicef	FONDATION 3 MILLIONS D'AMIS
Fédération Française de Cardiologie	AJILA	EFS ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG	les petits frères des Pauvres	HANDICAP INTERNATIONAL	Fédération Française de Cardiologie
Association Assistance Animaux	LES VILLAGES D'ENFANTS FRANÇAIS	LA LIQUE	croix-rouge française	Fondation Muntela	VAINCRA LA MUCOVISCIDOSE

KANTAR MEDIA

8

« ETHIQUE ET ONG : VERS UNE CHARTE DE DEONTOLOGIE DU COMMUNICANT ? »

Sous la médiation de CHRISTINE MURATET, Journaliste / Reporter à RFI et avec la participation de :

- 👤 **Marie Eve Lhuillier**, Directrice Générale de Maxyma
- 👤 **Thomas Bourgenot**, Coordinateur de RAP (Résistance à l'Aggression Publicitaire)
- 👤 **Isabelle Gougenheim**, Présidente d'Ideas
- 👤 **Françoise Sampermans**, Présidente de France Générosités
- 👤 **Pierre Micheletti**, Vice-président d'Action Contre la Faim

Autre sujet épidermique, la charte de déontologie du communicant qui selon certains ferait redondance avec des chartes déjà existantes et des règles applicables en vertu d'autres codes et qui s'appliquent déjà au communicant. Est-ce à dire que le communicant d'ONG est un être à part ? En fait ce débat révèle d'autres aspects telle la publicité dont l'inflation est dénoncée comme étant la cause d'une dérive pour certains et en tout cas, d'une confusion plus grande pour les donateurs et le grand public. Est-ce éthique de voir un appel à dons côtoyer la publicité d'un pétrolier dont les actions sont montrées du doigt par ces mêmes ONG ? Ou un distributeur alimentaire aux pratiques RSE jugées douteuses ? Se demandent certains intervenants ou participants. La question centrale reste celle d'une communication qui se voudrait vertueuse et informative plutôt que publicitaire...

Pourtant, il faut émouvoir, réveiller les consciences, et on le voit, ce sont aussi ce type de campagnes qui permettent de récolter bien plus pour les causes plaident les ONG. Certes mais avons-nous besoin d'une telle sur-stimulation dans un monde déjà bien saturé d'images ? Jugent les universitaires.





PROJECTION DU FILM

LES MIGRANTS NE SAVENT PAS NAGER

Production : Point du Jour

Ecrit et réalisé par : Jean Paul Mari et Frank Dhelens

12h30/14h au Musée Dapper



12h30/14h Le film : les migrants ne savent pas nager

Production : Point du Jour - **Ecrit et réalisé par :** Jean Paul Mari et Frank Dhelens

Sur l'Aquarius, Jean Paul Mari est parti comme volontaire pour secourir les naufragés qui se noient par milliers au large des côtes libyennes. Il a rejoint SOS Méditerranée, une association de bénévoles qui n'ont qu'un objectif : sauver le plus possible de vies dans cette portion de mer où les réfugiés se noient par milliers. Les migrants ne savent pas nager... Et quand ils grimpent sur l'Aquarius en abandonnant leurs embarcations de fortune sur le point de couler, ils sont à bout, exténués après des mois de marche à pied dans le désert, de rétention dans des camps où ils ont été détenus en otages et parfois réduits à l'esclavage. A ce moment précis, ils n'ont plus rien d'humain. Durant cet instant suspendu à bord de l'Aquarius, ils recouvrent enfin une parcelle d'humanité.

A la sortie de la projection, deux mots sortent grands vainqueurs : émouvant et bouleversant ! Un film qui met en lumière le travail des citoyens qui se sont mobilisés pour cette action et le témoignage de Jean-Paul Mari

<https://blogs.mediapart.fr/jean-paul-mari/blog>



Loïc Vincent @loiclerock

Loïc Vincent a retweeté Lucie Wojtasiak

A noter que les sauvetages ne reposent en hiver que sur [@SOSMedFrance](#) [#RencontresCSF2016](#) [#migrants](#)

[@ComWBorders](#)

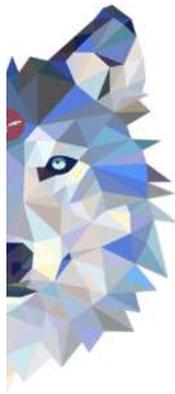
Loïc Vincent ajouté,

Lucie Wojtasiak @LucieWojtasiak

'Les #migrants ne savent pas nager' Film bouleversant sur réalité des sauvetages en Méditerranée & gravité de la situation [#RencontresCSF2016](#)

Quel témoignage, quelle claque... Bravo [@SOSMedFrance](#) et merci [@ComWBorders](#) de nous avoir fait découvrir ce film...





11^{ème} GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION SOLIDAIRE

>> LE 7 DÉCEMBRE 2016 AU MUSÉE DAPPER



Le 11ème Grand Prix de la Communication Solidaire

Créé en 2005, à l'initiative de Communication Sans Frontières®, le Grand Prix de la Communication Solidaire récompense les professionnels de la communication et les acteurs de la solidarité pour la qualité et l'éthique de leurs campagnes publicitaires.

Il est présidé cette année par **Madame Françoise Sampermans**, Présidente de France Générosités

Le Grand Prix 2016 a été décerné à la Médecins du Monde et DDB Paris pour leur film « #noexcuses ». <https://youtu.be/FwxOGxcb3ql>.

Affichage :

Mention spéciale et Prix du Public : AIDES – Colors of love (TBWA Paris)

TV/Cinéma :

1er prix et Prix du Public : Fondation 30 Millions d'amis – #NONALABANDON (Buzzman)

Digital :

1er prix : Licra – #Nolikesforracism (DDB Paris)

3ème prix et Prix du Public : **Carte Noire – #AuNomDesSeins ! (BETC)**

Événementiel :

Prix du Public : Action Contre la Faim – Fest'Food (Morgane Events)

Fundraising :

1er Prix : **Médecins du Monde – #noexcuses (DDB Paris)**

Prix du Public : DEPAUL – Juste 1 regard (Publicis Conseil)

Deux prix « surprises » ont été remis.

Celui du **Legal Hacker**, remis à Nathalie Achard, Nathalie Achard – Directrice de Campagne, SOS MEDITERRANEE

Celui **d'activiste de l'année** au collectif citoyen anglais : Brandalism

<http://www.ufunk.net/artistes/brandalism-cop21/>

[Cliquez ici pour le palmarès en ligne](#) - Le palmarès complet est en Pdf sur demande

PARTENAIRES

« Merci à l'ensemble des partenaires, sans qui, rien n'aurait été possible et qui nous accompagnent au fil des ans pour faire de ces Rencontres et de ce Grand Prix, l'évènement majeur de la communication solidaire » Bruno David, président de Communication Sans Frontières



Ils sont tous là : !



CONTACTS

A propos de Communication Sans Frontières :

Depuis 13 ans, l'ONG est l'expert des questions d'éthique, de déontologie et de pratiques responsables au sein des organisations de l'ESS (Economie Sociale & Solidaire) dans le cadre des actions de marketing, des médias et de la communication. Au travers de ses activités de veille (L'Obs), de conservation et valorisation du patrimoine mémoriel des ONG (Legacy), de transferts de compétence (Share's) et d'incubateur de projets de solidarité (Fab'Lab), Communication Sans Frontières est la figure de proue de la communication solidaire. www.communicationsansfrontieres.org

A propos de Bruno David :

Président de Communication Sans Frontières qu'il a créée en 2003, c'est un spécialiste de la communication internationale. Il est engagé dans l'humanitaire à titre personnel depuis de nombreuses années. Il a cofondé l'ONG médicale Noir & Blanc qui intervient en Afrique contre la drépanocytose et « Un fauteuil à la mer » en faveur des handicapés. Il a également travaillé dans de grandes agences comme RSCG, Publicis, McCann-Erickson, TBWA. Il était précédemment Directeur de la Communication et du Développement d'Action Contre la Faim. Il est intervenant à l'UPEC (Université Paris-Est Créteil Val de Marne) et l'EMI (Ecole des Métiers de l'Information). Il est actuellement Directeur de la Communication et du Développement du Secours Islamique France et responsable de la filière Communication de l'Economie Sociale et Solidaire de l'Ecole des Métiers de l'information.

Contacts

Bruno David, Président de Communication Sans Frontières
bruno.david@communicationsansfrontieres.org - Tél : 01 80 48 90 69 www.communicationsansfrontieres.org -

Relations Medias

Marie-Pierre Medouga-Ndjikessi, membre de CSF
06 22 78 71 38 –Twitter: @mapyntonga _agencerp@orange.fr- www.mp-c.eu

