

Stratégies et pratiques de communication pour l'économie sociale et solidaire

RS5327 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46301
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/01/2021
Date d'échéance	20/01/2026

Certificateur(s)

L'ECOLE METIERS DE L'INFORMATION-CFD · SIRET : 40039622200038

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Selon la Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire : « L'économie sociale et solidaire est un mode d'entreprendre et de développement économique adapté à tous les domaines de l'activité humaine auquel adhèrent des personnes morales de droit privé »

Le texte de loi énumère une série de critères : le but poursuivi est autre que le seul partage des bénéfices, une gouvernance démocratique ou encore une gestion responsable. Définie par la loi comme un secteur spécifique, l'économie sociale et solidaire s'est développée dans la quasi-totalité des secteurs d'activité, au sein d'associations, de coopératives, de mutuelles ou encore d'entreprises sociales.

Si elle compte peu de métiers spécifiques, elle n'en requiert pas moins une approche et des compétences spécifiques. Il est donc important de mobiliser des compétences et des valeurs au service de structures / employeurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS).

A travers la loi du 31 juillet 2014, l'ESS est reconnue comme une alternative pertinente, une autre façon de faire de l'économie se souciant du partage des richesses produites, du développement local des territoires, de la qualité des emplois créés, de l'implication des citoyens dans les projets, de responsabilité sociale ou sociétale. Cette reconnaissance législative de l'ESS se retrouve au niveau européen où a été adoptée en 2010, la stratégie "Europe 2020". Cette orientation de l'Union européenne place l'ESS au cœur de ses préoccupations, avec des soutiens spécifiques (Fonds européens structurels et d'investissement pour une "croissance intelligente, durable et inclusive") au service de cette ambition politique.

Le poids économique de l'ESS Représentant 2,4 millions de personnes salariées, soit 14% de l'emploi salarié privé, les entreprises de l'ESS ont créé 71 100 emplois entre 2010 et 2018, soit une croissance annuelle moyenne de +0,4%. Depuis plusieurs années, la croissance de l'emploi dans l'ESS était plus forte que dans le reste du secteur privé.

Sur la même période, le nombre d'établissements dans l'ESS a légèrement progressé (+ 1 200), cela représente 7 % du solde net de l'ensemble des créations d'établissements du secteur privé. De fait, le gouvernement, dans la foulée de la loi de 2014, a incité les entreprises à s'inscrire dans le champ de l'ESS en vantant ses avantages : « Vous inscrivez votre entreprise dans une démarche citoyenne, qualité que vous pouvez valoriser dans votre communication auprès de vos clients, qu'il s'agisse d'acteurs privés ou publics. Adhérer à l'ESS est aussi l'opportunité de se démarquer lors de vos recrutements, en séduisant des professionnels soucieux de l'impact de leur activité sur la société. »

Les structures de l'ESS cherchent à générer un impact positif pour répondre à la problématique sociale à laquelle elles se confrontent. Elles créent une valeur sociale qui va au-delà de la valeur marchande de leurs activités. Au sein

des multiples structures de l'ESS, la communication s'impose comme l'un des domaines d'activité en croissance, du fait des exigences de notoriété, d'influence mais aussi de développement des ressources. Au-delà des grandes mutuelles, ONG ou fédérations qui disposent de services de communication importants, des structures moyennes et petites ont misé sur le développement de leur communication, notamment sur le digital. Pour répondre aux attentes des structures de l'ESS en matière de communication responsable, il est nécessaire de proposer cette certification spécifique.

Comme le soulignait trois communicantes dans une tribune publiée sur Labo de l'ESS : « Chacun d'entre vous, à votre échelle, y participez pour valoriser, promouvoir, informer, sensibiliser... Mais pour faire de l'ESS la « norme », comme l'a appelé de ses vœux l'ancien Ministre de la Transition Ecologique et Solidaire Nicolas Hulot, (...) les acteurs de l'ESS ne devraient-ils pas urgemment apprendre à sortir de l'ombre, à davantage communiquer et valoriser leurs initiatives au quotidien pour garantir leur pérennité et leur développement ? »

Sources :

- Note d'analyse de la conjoncture de l'emploi dans l'ESS entre 2010 et 2018 par l'Observatoire national de l'ESS

Dans ce contexte, les objectifs de la certification sont les suivants :

- Analyser les enjeux et formuler les orientations d'une stratégie de communication adaptée à une structure de l'ESS
- Formuler et présenter un plan de communication prenant en compte les réalités et enjeux d'une structure d'économie sociale et solidaire
- Concevoir, produire et évaluer des contenus de communication responsable

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Définir une stratégie de communication à partir d'une analyse des pratiques et des enjeux d'une structure de l'ESS.

Construire une veille active sur les pratiques de communication notamment innovantes des acteurs de l'ESS, en utilisant un outil numérique.

Etablir un plan de communication responsable incluant un calendrier éditorial et prenant en compte les moyens et les valeurs de la structure.

Construire des tableaux d'indicateurs de suivi de la performance des actions proposées.

Construire le profil responsable d'une structure de l'ESS dans les médias et sur les réseaux sociaux.

Utiliser efficacement les réseaux sociaux et les relations presse pour déployer une campagne responsable de la structure de l'ESS.

Produire des contenus digitaux (éditorial, son, image, audiovisuel, infographie) adaptés à chacun des canaux de diffusion (spécificités techniques et narratives).

Travailler en mode collaboratif,

collectif et participatif pour la réalisation de contenus print et digitaux (long format, site).

Concevoir et mettre en place un événement de communication responsable.

Se construire

un profil de responsable de communication pour l'ESS sur les réseaux sociaux.

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La certification est accessible aux personnes ayant une pratique de la communication ou de l'information souhaitant les mettre au service de l'ESS ou aux personnes salariées ou bénévoles de l'ESS souhaitant acquérir des compétences en communication et information au service de leur cause ou aux journalistes et rédacteurs souhaitant mettre leurs compétences au service de la communication dans le secteur ESS

Il est demandé en prérequis de :

- posséder les fondamentaux de la communication et de l'information
- maîtriser l'écrit et l'oral à des fins de communication et de d'information
- avoir un intérêt pour la défense d'une cause d'intérêt général

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Un professionnel extérieur à l'établissement , Président du jury

Un professionnel du secteur non intervenant dans l'établissement

Base légale

Date de décision	20/01/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/01/2026

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.emi.coop/strategie-pratique-communication-ess/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5327/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	3
Taux d'achèvement	100 %
Période	02/2022 – 10/2023

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	3
Montant total engagé	13 040 €
Coût moyen par dossier	4 347 €
Durée moyenne	371 h
Période	02/2022 – 12/2022
France Travail	38 %
France compétences	35 %
Entreprise	14 %
Reste à charge titulaire	13 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.