

# Associer les bons canaux à la maturité de communication RSE

Les différents canaux de communication RSE externes sont à manier avec prudence, afin de ne pas exposer prématurément l'entreprise.

Nous vous proposons une approche de montée en puissance de la communication externe qui permettra de bénéficier d'un meilleur niveau de préparation, avant de s'ouvrir à une communication plus exposée par nature.

HORS MEDIA	Visibilité	Interactivité	Coûts associés	
• Section RSE dédiée sur le web	● ● ●	● ● ●	● ● ●	ÉTAPE 1 →
• Print	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Emailing / Blog	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Communication projets	● ● ●	● ● ●	● ● ●	ÉTAPE 2 →
• Réunions dédiées	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Board Parties Prenantes / Comité Mission	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Sponsoring (vs mécénat)	● ● ●	● ● ●	● ● ●	ÉTAPE 3 →
• Évènementiel	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
<b>MEDIA</b>				ÉTAPE 4 →
• Médias traditionnels	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Autres médias (digitaux)	● ● ●	● ● ●	● ● ●	
• Réseaux sociaux	● ● ●	● ● ●	● ● ●	

**ÉTAPE 1** → **Développer une 1<sup>ère</sup> communication institutionnelle** sur les enjeux RSE clés (cf. section communication investisseurs).

**ÉTAPE 2** → **Initier le dialogue de manière sélective** avec les PP prioritaires ou à travers les projets en cours. Les consulter sur des sujets plus ciblés ou stratégiques.

**ÉTAPE 3** → **Élargir les cibles de communication RSE de manière maîtrisée** sur des thèmes RSE pré-sélectionnés.

**ÉTAPE 4** → **Engager le plus grand nombre en direct ou via des influenceurs.** Attention à ne pas sous-estimer les coûts induits par le management actif de la communauté.