



Chapitre 12 : Comment une organisation communique-t-elle avec ses différents acteurs ?

Corrigé étude de cas : L'association SPA

La Société protectrice des animaux (SPA) est la première association de protection animale en France. Créée en 1845, elle a été reconnue d'utilité publique en 1860. Ses missions consistent à :

- lutter contre la maltraitance et les abandons
- recueillir et héberger les animaux abandonnés, perdus ou maltraités et leur trouver un foyer ;
- soigner les animaux des propriétaires démunis ;
- sensibiliser le grand public et en particulier les jeunes à la protection animale ;
- responsabiliser les propriétaires d'animaux ;
- s'engager auprès des pouvoirs publics pour faire évoluer la cause animale.



A l'aide des documents répondez aux questions suivants :

1. Caractérisez l'organisation SPA.

Raison sociale	Société Protectrice des Animaux (SPA)
Statut juridique	Association reconnue d'utilité publique
Type d'organisation	Association de loi 1901
Activité	Protection des animaux
Finalités	Sociétale : protéger les animaux
But	Non lucratif
Répartition du pouvoir	Des responsables de refuges coordonnent des équipes de salariés et de bénévoles
Taille	Information non communiquée
Ressources humaines	Salariés (exemples : Valérie Svec, Chris Dowson) et bénévoles (exemples : étudiants et personnes en insertion)
Ressources financières	Une association reçoit principalement ses fonds sous forme de dons, de legs et de subventions publiques (elle est reconnue d'utilité publique).
Ressources matérielles	Refuges (exemple : refuge de Luynes), matériel technologique (exemples : téléphones et matériel informatique)
Ressources immatérielles	Image et notoriété forte, savoir-faire
Champ d'action géographique	National

2. Identifiez les problèmes de management auxquels fait face la SPA.

Les problèmes de management auxquels fait face la SPA sont :

- **Une difficulté à fidéliser les bénévoles.** Il est en effet délicat de trouver des personnes qui s'engagent pour intervenir régulièrement. Beaucoup de bénévoles ne s'engagent qu'à court terme ;
- **Une saturation des places dans les refuges,** comme à Luynes où les 80 places attribuées aux chiens sont pourvues.

3. Caractérissez les solutions managériales apportées par la SPA pour répondre à ces problèmes.

Pour répondre à ces problèmes, la SPA a recours à des actions de communication :

– **En termes de communication interne,** la SPA organise les Oswalds, un événement qui a lieu à Paris en mai, et qui permet de valoriser les initiatives des salariés et des bénévoles en faveur de l'association et de la protection animale. On y récompense par exemple la meilleure enquête ou le meilleur sauvetage ;

– **En termes de communication externe,** la SPA mène des actions de communication institutionnelle permettant de rappeler ou de faire découvrir au public l'ensemble de ses missions où de ses diverses actions sur le terrain en faveur de la cause animale. La SPA organise également des journées portes ouvertes et une campagne de sensibilisation pour limiter les abandons l'été.

On peut considérer que la communication de la SPA est pensée globale, puisque chacune des actions internes et externes mène à un objectif commun : valoriser l'organisation dans sa lutte pour la protection animale.

3. Expliquez comment ces solutions permettent de répondre aux problèmes rencontrés par la SPA.

L'action de communication interne les Oswalds, valorisant le travail des ressources humaines, est un temps fort permettant de rassembler les salariés et les bénévoles, de les rendre fiers de ce qu'ils font et, par conséquent, de les fidéliser. Ils permettent aussi aux acteurs de se dépasser pour atteindre un objectif leur permettant d'être récompensés et ainsi désengorger les refuges.

Les actions de communication externe permettent, quant à elles, de valoriser le travail de la SPA et de faire découvrir ou rappeler son action, ce qui est bénéfique pour le recrutement et la fidélisation des bénévoles. Ces actions servent aussi à limiter les abandons et à booster les adoptions afin de désengorger les refuges.

Finalement, l'ensemble des actions de communication permet de répondre aux problèmes de management : fidéliser des bénévoles et désengorger les refuges.