

TITRE : Entretien avec Ilana Toledano et Pauline Brouillard du Shift Project

Ce jeudi 9 mars, nous avons pu rencontrer [Ilana Toledano](#), responsable communication et événementiel du Think Tank Shift Project ([Home - The Shift Project](#)) depuis 3 ans, ainsi que [Pauline Brouillard](#), chargée de communication et événementiel. Shift Project est donc un think tank, un groupe de réflexion produisant des études au service des décideurs, chefs d'entreprises ou hommes et femmes politiques.

Ces études sont en faveur d'une économie libérée de l'empreinte carbone. Elles cherchent à éclairer et influencer le débat sur la transition énergétique. Elles sont réalisées via des groupes de travail, des analyses ou encore des campagnes.

- Bonjour Ilana, merci de nous recevoir, pouvez-vous d'abord nous présenter votre parcours ?

Bonjour ! Je suis diplômée d'un master en relations internationales effectué à Science Po Aix-en-Provence, que j'ai complété par un Master 2 Communication des Organisations internationales au CELSA (ndlr. École de communication de La Sorbonne). J'ai donc une vraie double compétence à la fois en communication des organisations et en communication internationales.

J'ai effectué un premier stage international au Chili, dans une petite organisation, c'est là que j'ai commencé à faire de la communication. J'ai ensuite travaillé dans une organisation liée à l'ONU à Bruxelles, toujours dans le pôle communication.

J'ai également été, pendant 2 ans, responsable communication et événementiel de Women Equity, un programme européen visant à promouvoir les femmes dans le monde de l'entrepreneuriat.

J'ai ensuite rejoint le CCFD Terre Solidaire où j'ai pu me concentrer sur les thématiques de justice climatique et des droits humains. Ma mission était de créer et développer la nouvelle identité de cette ONG (ndlr. Organisation Non Gouvernementale).

Après cette expérience, j'ai donc rejoint le Shift Project, il y a 3 ans et demi maintenant en tant que Responsable Communication et Événementiel.



Ilana TOLEDANO

- C'est un très beau parcours, vous êtes également accompagnée par Pauline. Est-ce que vous pouvez aussi présenter votre parcours pour nos lecteurs ?

J'ai réalisé en Espagne un Master en co-développement international et un autre en développement soutenable à Sciences Po Lille. J'ai pu effectuer mon stage de fin d'études

dans la boîte Convergences-ACTED. Je souhaitais au départ faire de l'humanitaire directement sur le terrain mais c'est plutôt dangereux. Je suis arrivé au Shift Project en stage et j'ai eu la chance de pouvoir continuer à la fin de celui-ci en septembre 2020. J'étais initialement concentrée sur le volet Affaires Publiques mais j'ai commencé à bifurquer sur la communication.



Pauline BROUILLARD

- **Merci beaucoup pour vos parcours respectifs ! Ilana, est-ce que vous pouvez nous en dire plus concernant votre métier de Responsable communication événementiel au sein du Shift Project, quelles sont vos missions ?**

Mon rôle est de gérer la communication mais globalement sur nos missions, on est assez libres de lancer et de mener nos projets. Et concernant la communication, on a plusieurs projets à venir. Je travaille actuellement sur la professionnalisation de nos canaux de communication. C'était assez artisanal avant. On a créé avec les bénévoles une nouvelle identité graphique et on a notamment effectué une refonte du site web qui était très fouillis et lourd.

Sur les projets qui arrivent, on a notamment beaucoup de travaux liés au numérique avec l'animation d'un réseau d'experts et d'acteurs sensibilisés à l'avenir et l'impact du métavers. On parle aussi beaucoup de la 5G et plus globalement de l'impact environnemental du monde connecté.

On a également des projets sur la santé qui est un secteur qui marche très bien car il est très lié à l'environnement. Comment les changements environnementaux pèsent et ont un impact sur notre santé ? On développe tout un thème sur le sport, évidemment pour préparer les Jeux Olympiques 2024.

Et un de nos gros champs d'étude c'est la planification de la sortie des énergies fossiles, comment faire comprendre aux gens que nous devons prévoir ces scénarios.

Actuellement, on commence à parler de l'agriculture mais c'est un sujet assez complexe sur lequel je n'ai pas eu l'habitude de travailler mais je m'adapte.



Logo du Shift Project

- **Justement comment, en tant que communicant, on peut gérer les aspects techniques et scientifiques sur lesquels on communique ?**

C'est très simple au final, l'équipe de la communication ne donne pas son avis. Notre métier c'est de donner la parole aux experts. On aide ces experts à s'exprimer à travers les différents canaux de communication en réalisant des ateliers de média training. Mais une des règles d'or c'est que les communicants ne s'expriment pas sur des sujets qu'ils ne maîtrisent pas. Nous sommes là pour accompagner les scientifiques et les experts, comme je l'ai dit on les aide à s'exprimer : comment mettre en infographie, comment penser une couverture de rapport, les logos, etc...

- **Et du coup, ces experts et groupes de travail, comment sont-ils formés ?**

C'est un peu un travail de relationnel. Le chef de projet rencontre plein de gens différents, organise des réunions. Les bénévoles peuvent aussi donner des noms qu'ils connaissent dans leur réseau. Et en fonction des spécialités de chacun, le groupe se forme.

- **Pauline, comment se répartissent la parole justement entre les membres permanents, sous contrat du Shift Project, et ces bénévoles ?**

Alors moi, je me suis énormément mobilisée sur la communication interne à mon arrivée. Le Shift Project était une petite structure mais a pris en importance très rapidement. Il y a plusieurs antennes en interne, des comités de gestion auxquels Ilana fait remonter les informations.

Au sein des groupes, il y a des coordinateurs qui accompagnent un projet en faisant les liens entre nous. On organise une réunion par mois pour évoquer tout ça, on essaie de créer un maximum d'horizontalité dans toute l'équipe mais c'est vrai que c'est un énorme travail de coordonner tous les bénévoles !

- **Des bénévoles, "les shifters", qui eux ont un profil spécialisé ?**

Oui exactement, ils sont la colonne vertébrale du projet. C'est grâce à eux que l'on produit autant de travaux. Globalement, ce sont des ingénieurs mais on a aussi des traducteurs qui

sont extrêmement utiles pour traduire les rapports. Il y a aussi des communicants, des juristes et des personnalités des domaines artistiques et techniques.

- Et comment se passe leur intégration, est-ce qu'ils font aussi de la communication ?

Evidemment, nous ne sommes que trois (**dire c ki la troisième**) à la communication du Shift Project donc les Shifters participent à faire la communication des événements qu'ils organisent. Ils réalisent vraiment un gros travail tout en utilisant la notoriété du Shift. Il y a un pôle captation qui aide gracieusement avec des shifters qui savent faire du montage vidéo. **Les shifters sont une sorte d'organisation qui vit indépendamment du Shift mais qui lui apporte une certaine complémentarité.**

- Est ce qu'il existe un ou des comités de lecture pour les études réalisées ?

Ça dépend des sujets, des réseaux et des personnes identifiées pour d'éventuelles relectures. On a un comité d'experts qui est souvent appelé pour des relectures.

- Le think tank œuvre pour donner des clés aux décideurs, c'est ce que fait aussi le GIEC par exemple avec les résumés de leurs rapports envoyés également aux décideurs... Quelles sont selon vous les clés pour que vos études soient écoutées, quelle communication est efficace envers les décideurs ? Et envers la société ? Quels canaux/médias sont les plus pertinents pour atteindre vos cibles ?

Concernant les décideurs, on crée des événements, des colloques, des discussions directement auprès des chefs d'entreprises, on organise aussi des ateliers. Pour le monde politique, on agit à la fois à l'échelle locale et nationale (avec les députés comme avec les conseillers municipaux).

On travaille avec le monde académique et institutionnel, l'enseignement supérieur et les rectorats.

Pour les médias et les ONG, on se concentre énormément sur les journalistes. Il y a de vraies lacunes dans le monde médiatique sur la compréhension de ces enjeux par les journalistes. On organise donc des conférences de presse.

Pour le grand public : on utilise les canaux traditionnels, les réseaux sociaux évidemment. On a Facebook, LinkedIn, Youtube et Instagram. Mais il y a aussi une newsletter. On travaille aussi beaucoup sur la vulgarisation des travaux pour que tout le monde puisse saisir les enjeux sur lesquels on travaille.

Globalement notre mission se résume à valoriser au mieux les projets, on réalise vraiment une communication 360.

[Martin Brialy](#)

Assistant de programmation et de médiations au Musée de La Poste

[Alexis Maussire](#)

Médiateur scientifique à la Cité des sciences et de l'industrie

[Lucas Taligrot](#)

Chargé de communication, de médiation et d'événementiel au LSCE