

16 études
de cas
12 secteurs
d'activité

RENCONTRE ANNUELLE DES RESPONSABLES COMMUNICATION INTERNE

12^{ème} édition

18 et 19 juin 2014

Cercle National des Armées - Paris 8^{ème}

Avec :

- . AIR FRANCE
- . NORAUTO
- . GROUPE LA POSTE
- . SOREGOR
- . ORANGE
- . EXTIA
- . CEA
- . SOGETI
GROUPE CAPGEMINI
- . CLUB MED
- . BOURBON
- . IBM
- . BOUYGUES TELECOM
- . NEOPOST
- . TOTAL
- . LA FRANCAISE DES JEUX
- . SOCIETE GENERALE

Les 2 journées
vous permettent
de valider 16
heures de DIF

Concilier les problématiques de l'engagement et de la performance sociale avec les usages digitaux qui intensifient le dialogue et rendent incontournable l'écoute des salariés.

Concilier la séduction et les arguments : rendre attrayante l'entreprise, innover dans les événements et les dispositifs de communication, tout en répondant aux exigences de générations hyper-informées en quête de transparence.

2 jours de formation et d'échanges

- **Rôle de la communication interne dans la conduite du changement :** vous n'accompagnez plus seulement la transformation, vous contribuez à la stimuler.
 - **Innovez dans vos dispositifs de communication :** les collaborateurs sont les ambassadeurs d'une marque qui doit aussi séduire en interne : découvrez des leviers attrayants, des idées pour humaniser vos supports.
- **Comprenez, intégrez les attentes des collaborateurs :** insérez vos actions de communication dans une logique d'amélioration de la qualité de vie au travail et d'optimisation de la performance collective. Cette rencontre sera l'occasion d'explorer des dispositifs d'écoute et de mesure du climat social, de l'engagement, de l'adhésion.
 - **Maîtrisez la complexité :** le digital et les données qui en découlent accélèrent la transformation des organisations. L'entreprise grandit, se diversifie, les outils créent de la valeur mais nécessitent qu'on veille à leur cohérence : découvrez les bonnes pratiques pour orchestrer le bruit digital avant qu'une partie de ce qui est dit dans l'entreprise ne vous échappe.

* infopromotions est déclaré organisme de formation



Point de salut dans la résistance aux nouveaux codes imposés par les outils collaboratifs digitaux ! La réussite réside dans l'appropriation harmonieuse de toutes les tendances et la réponse aux multiples contraintes qui s'imposent : c'est cette recherche de synthèse qui sera le fil rouge de notre rencontre. De grands Responsables de la Communication Interne, parmi les plus visionnaires, sont conviés dans cette 12ème édition de la RARCI, à la placer sous le signe de l'inspiration et de la conciliation.

Les collaborateurs, et notamment les jeunes générations hyper informées, sont en attente de formats très branchés, nous le savions déjà, mais ce qui change et complique tout, c'est qu'eux-mêmes participent désormais à leur construction et à leur diffusion ! En quasi concurrence avec la communication interne, les voilà même en mesure d'impacter vos propres messages puisqu'ils communiquent dans vos propres canaux ! Comment exploiter, orienter cette manne d'énergie sans la subir ?

Raccorder les instances du marketing et du branding ces mêmes collaborateurs qui créent la dynamique en interne la propagent en externe, votre communication doit par conséquent intégrer la gestion de la confiance dans les mêmes proportions et avec les mêmes codes que pour le grand public : car vos collaborateurs sont aussi les meilleurs messagers de la marque. Nous donnerons la parole à des entreprises ayant su en interne outiller leurs collaborateurs de façon à façonner positivement ce qui filtre vers l'externe.

Gérer la multiplicité des plateformes : en adoptant en interne les codes imposés par les médias sociaux, vous avez embrassé l'innovation et le changement, mais derrière la bonne intention, se dissimule l'extrême complexité d'une communication cohérente - nous explorerons des cas d'entreprises ayant trouvé le moyen de maîtriser cette communication en forme en dialogue, pour en finir avec les excès du 2.0.

Comment le digital impacte votre métier et vos responsabilités : ce n'est pas parce qu'on en parle

déjà beaucoup trop au travers des médias sociaux qu'il faut occulter le changement suscité par le digital ! Il est même en cours d'accélération ! Nous offrirons une tribune aux entreprises dont les retours d'expérience éclairent la façon dont le métier de RCI se trouve "augmenté" par la dimension digitale, et qui ont su le transformer en atout pour légitimer leurs actions.

Pendant deux jours nous ferons donc en sorte d'ausculter, au travers de retours d'expérience concrets exposés par 15 professionnels, les enjeux suivants :

- Comment intégrer dans un même dispositif de communication, une méthode efficace d'**écoute des salariés** ?
- **Open innovation** : elle passe par une communication interne fondée sur le "nudge" : l'art de susciter l'adhésion sans la forcer ;
- **Engager les collaborateurs** dans les valeurs de l'entreprise face aux challenges d'une conjoncture économique complexe ;
- **S'adresser aux jeunes générations** : comment refléter les évolutions du langage et des codes (audio)visuels en vigueur ?
- **Adresser les risques de désengagement** en période de tension : l'entreprise s'agrandit ou fusionne, l'organisation évolue, les locaux déménagent... : comment communiquer sous la pression du changement ?
- **Communication interne et performance collective** : bonnes pratiques en collaboration interservices, visions de RCI ayant su créer la bonne synergie avec leur DRH ;
- **RSE** : Comment adresser la responsabilité sociétale de votre organisation au moment où tout a déjà été dit, essayé, annoncé ?
- **Bien-être et qualité de vie au travail** : quelle démarche et quel rôle pour une communication interne force de proposition ?

Faites vite, retenez votre place en nous faxant votre bulletin d'inscription au 01 44 39 85 37.

Bien cordialement,

Frédéric BASCUNANA – Responsable du programme.

Mercredi 18 juin de 9h00 à 12h45

8h15 - Accueil des participants

8h30 - Ouverture de séminaire par le président de la Rencontre

*Frédéric Bascuñana - Fondateur et Rédacteur en chef de HRChannel.com, et du réseau
<http://hrchannel.com/RCI-communaute>*

9h15 - Etude de cas

Changement : OUI à la Conduite Accompagnée !

Contexte : Qui choisit de changer ? Personne, ou presque, Comme les déchets nucléaires, le changement est une nécessité, mais... chez le voisin. Au sein de l'entreprise, son acceptation par les instances dirigeantes se traduit par des objectifs, déclinés en objectifs par entité, eux-mêmes traduits en plans d'actions. Complexité d'une démarche d'accompagnement du changement impliquant tous les métiers.

Projet mis en œuvre : Comment bâtir la "cascade" de démultiplication du message Central, celle qui emportera l'enthousiasme jusqu'au dernier échelon ? Comment favoriser la compréhension et l'adhésion de cette « machinerie » ? C'est sur cette quadrature du cercle que se construit ce sujet. Traduction des objectifs du top management en communication transverse et multi-supports.

Thématiques abordées : définition de plans d'action, accompagnement du changement, formulation des messages

Aude Rimbaud, Responsable Coordination & Communication Direction Générale Moyen-Courrier, AIR FRANCE

10h00 - Etude de cas

Comment embarquer toute l'entreprise dans une nouvelle promesse client en alliant interne et externe ?

Contexte : Une nouvelle promesse client voit le jour chez Norauto mi-juin. La faible adhésion des collaborateurs autour de cette nouvelle promesse peut être facteur d'échec dès son lancement auprès de la cible.

Projet mis en œuvre : Comment fédérer les équipes autour de cette promesse, donner envie à tous les collaborateurs de relever le défi et s'assurer de leur implication non seulement au lancement grand public mais également à plus long terme ? Le secret : dévoilé prochainement...

Thématiques abordées : relation clients, engagement, innovation collaborative

*Françoise ROGET, Responsable Communication Interne, NORAUTO
Grégory Caron, Community Manager, NORAUTO*

10h45 - Pause

11h15 - Etude de cas

Une démarche participative pour construire un plan stratégique Groupe

Contexte : un modèle historique qui s'essouffle au regard des évolutions du contexte : révolution numérique, vieillissement de la population, taux bancaires bas... Et une volonté d'associer l'ensemble des parties prenantes : postiers, élus, clients, citoyens...

Projet mis en œuvre : Dans le droit fil du diagnostic, organisation d'une grande démarche participative sur le 1er semestre 2013. En interne : un atelier d'1h composé de 2 planches ludiques animé par le manager pour partager les enjeux actuels de l'entreprise et ensuite proposer des idées pour demain. Au final plus de 150 000 postiers ont participé, au cours de 23 000 ateliers qui ont permis la récolte de plus de 45 000 idées !

Thématiques abordées : Innovation participative, Cocréation, engagement.

*Ingrid Maillard, Responsable de la Stratégie de Communication au sein du Groupe, GROUPE LA POSTE et
Administratrice de l'Association Française de Communication Interne (AFCI).*

12h00 - Etude de cas

Handicap et innovation

Contexte : La question posée était la suivante : comment obtenir un éclairage différent grâce au handicap, à la fois sur la stratégie, l'offre et l'engagement des salariés ? Cette réflexion s'inscrit dans l'ère solidaire actuelle, à savoir la notion de RSE.

Projet mis en œuvre : Comment repenser le management pour le rendre plus collaboratif ? Comment encourager le sens des responsabilités et l'implication ? Comment repenser les fiches de postes et les processus pour les rendre accessibles à des personnes en situation de handicap, éloignées de l'emploi et disposant de réels talents pouvant être exprimés sur des postes adaptés ? La création d'une entreprise adaptée permet de réussir cet enjeu.

Thématiques abordées : handicap, innovation participative, engagement

Nathalie Fargetton, Responsable Communication Interne, SOREGOR

12h45 - Déjeuner

14h00 - Etude de cas

Communication managériale : de l'information à la mobilisation

Contexte : Cette réflexion se base sur le manque de réponses des entreprises face à la décroissance d'audience et d'impact des outils traditionnels de la communication managériale.

Projet mis en œuvre : Comment développer une communication plus simple, plus réactive et interactive, plus audacieuse et stimulante en soutien au management de l'entreprise ? Comment aider les managers à mobiliser leurs équipes, à accompagner et faciliter les transformations à conduire ? Retour d'expérience et partage de bonnes pratiques.

Thématiques abordées : engagement, communication managériale, accompagnement du changement

Philippe Chevallier, Responsable Pôle Stratégie & Animation Managériale, ORANGE

14h45 - Etude de cas

Comment susciter le sentiment d'appartenance dans une entreprise où les collaborateurs sont la majeure partie du temps à l'extérieur ?

Contexte : L'univers des sociétés de conseil demeure un secteur ultra-concurrentiel où les profils d'ingénieurs sont de plus en plus prisés. Afin de fidéliser au mieux ses collaborateurs, il devient indispensable d'instaurer une cohésion au sein des équipes favorisant ainsi l'émergence d'un sentiment d'appartenance.

Projet mis en œuvre : Dans ce contexte, comment créer du lien entre les salariés ? Comment les impliquer dans la vie de l'entreprise ?

Thématiques abordées : méthodes participatives, cohésion, engagement, mobilité, culture management

Laetitia Coquelle, Responsable Communication, EXTIA

15h30 - Pause

16h00 - Etude de cas

Communiquer sur le changement : « parlez-moi de moi ! »

Contexte / diagnostic : La conduite du changement consiste à définir et mettre en œuvre un ensemble d'actions très concrètes : celles qui permettent à un groupe de personnes de passer le plus efficacement et le plus sereinement possible, de son organisation actuelle à un « état-cible ». Parmi ces actions, la communication est une des plus importantes.

Projet mis en œuvre : En tant que levier du changement, comment donner du sens, mobiliser, aider les personnes à se projeter dans leur futur ? Comment construit-on un plan de communication qui répond à ces objectifs très ambitieux, directement mesurables en terme de climat social ? Présentation de la communication de changement avec ses règles d'or : anticipation, écoute, identification des enjeux des personnes, négociation, humilité. Et illustration de ces différents aspects à travers des exemples de projets d'entreprise.

Thématiques abordées : définition de plans d'action, accompagnement du changement, communication de changement

Anne-Marie Jonquière, Responsable de la Conduite du Changement, CEA

16h45 - Etude de cas

Communication interne et engagement des collaborateurs sur la transformation numérique

Contexte : Sogeti dispose d'un RSE (Ibm Connections) depuis mi 2009. Ce dernier a été lancé avec un sponsor, un community manager international et un accompagnement réduit auprès des collaborateurs (20 000 worldwide)

Projet mis en œuvre : Comment Sogeti a relancé son réseau social #Teampark ? Quelles sont les étapes du processus de transformation continu chez Sogeti ? Numérisation des moyens (e-learning,) et des échanges internes (international).

Thématiques abordées : Accompagnement du changement, Solutions collaboratives, partages d'expertises, engagement, transformation numérique interfaces combinant internes/externes

Mélanie Hache Responsable RH, SOGETI - Groupe Capgemini

Eric Herschkorn, Community Manager, SOGETI - Groupe Capgemini

17h30 - Fin de la première journée

8h30 - Accueil des participants

9h00 - Etude de cas

Comment la mise en place de la plateforme digitale interne « enjoy ! » est en train de faire évoluer le métier de la Communication interne au Club Méditerranée ?

Contexte : Une entreprise présente à travers le monde dans 60 pays avec une moyenne d'âge, dans les villages, de 24 ans et une large majorité de saisonniers. Un changement stratégique touchant à sa fin. Des populations (collaborateurs) hyperconnectés. Un besoin d'asseoir et de renforcer une culture d'entreprise que l'on appelle Esprit Club Med est qui représente un « avantage compétitif » essentiel.

Projet mis en œuvre : La culture de l'entreprise est-elle clairement définie ? Qu'est-ce qui constitue notre différence ? L'humain est-il central dans les processus de communication ? Mise en place de la plateforme digitale interne « enjoy ! » pour accompagner la finalisation d'un processus de repositionnement stratégique autour de 3 piliers : Haut de gamme ; Convivialité ; Multiculturalité.

Thématiques abordées : Culture ; Valeurs ; Comportements ; Brand Content ; Storytelling ; Transformation digitale

Laurent Sabbah, Directeur de la Communication Interne, CLUB MED

9h45 - Etude de cas

Le rôle de la communication interne dans l'accompagnement du changement

Contexte : BOURBON est leader des services maritimes à l'offshore pétrolier, c'est un groupe en changement de positionnement sur son marché (l'industrie énergétique offshore), pour passer d'une logique d'armateur à celle d'un prestataire de service. Un réel chantier dont l'enjeu repose sur les changements de comportements et notamment dans la relation avec des clients très exigeants pour 11000 collaborateurs (85% de marins) Les thématiques développées pour matérialiser l'esprit de service sont l'engagement, la transparence, le travail d'équipe, l'excellence opérationnelle.

Projet mis en œuvre : Mais pourquoi changer ? Qui est concerné ? Comment changer ? Analyse du rôle de la communication interne dans une entreprise où les facteurs temps et distance représentent d'importants freins pour faire passer les messages, faciliter leur compréhension et obtenir de l'adhésion au changement.

Thématiques abordées : Accompagnement du changement, engagement, relation clients, esprit de service.

Pascale Locmane, Responsable Communication Interne, BOURBON

10h30 - Pause

11h00 - Etude de cas

Comment transformer les collaborateurs en ambassadeurs de la marque à l'ère du digital ? Comment les impliquer dans le partage de la connaissance tout en maîtrisant les risques ?

Contexte / diagnostic : La notion de communication interne a évolué vers celle de « workforce enablement » - révélateur d'un profond changement de la fonction et de son organisation. L'objectif explicite est de faire des employés les ambassadeurs de la marque, en développant notamment le "social business" comme modèle d'entreprise, redéfinissant au passage toutes les relations avec son écosystème. La vocation de « l'enablement » consiste justement à activer les IBMers dans ce monde "digital" pour les encourager à s'investir dans cette culture du partage et de reconnaissance de l'expertise.

Projet mis en œuvre : - Le programme "Digital IBMer" pour comprendre les enjeux du "social business" et apprendre à valoriser ses connaissances.

- Le "Client Experience Jam" pour redéfinir l'engagement des employés autour de valeurs et de pratiques reconnues.

Thématiques abordées : Engagement, collaboratif, collaborateurs-ambassadeur, branding, brand content, réseaux sociaux.

Willem Gabilly, Workforce Enablement Team Leader, IBMer and Manager Communications, IBM

11h45 - Etude de cas

Travailler autrement avec les Réseaux sociaux d'entreprise

Contexte : Le service communication interne a lancé ce RSE il y a 3, 4 ans avec carte blanche. Aujourd'hui, ce réseau social est devenu un réel outil de travail collaboratif.

Projet mis en œuvre : Comment les Réseaux Sociaux d'Entreprise peuvent engendrer de nouvelles méthodes et façons de travailler, moins dépendantes du mail, plus fluides... adaptées à la gestion de projet et à un management plus participatif ? Comment les ressources humaines pourront demain utiliser les RSE, véritables viviers de compétences, pour optimiser la mobilité interne ? Retour sur la transformation d'un support de communication en support de travail transverse aux différents métiers.

Thématiques abordées : réseau social interne, travail collaboratif, transformation digitale, partage de la connaissance.

Sarah Alezrah, Responsable des médias et du digital interne, BOUYGUES TELECOM

12h30 - Déjeuner

14h00 - Etude de cas

Comment engager les collaborateurs dans une culture digitale en exploitant les leviers du réseau social interne et de la gamification ?

Contexte : Neopost présent dans 29 pays et riche de 6000 salariés ne dispose pas d'outils d'identification de compétences et de plateforme de communication interne, à l'international. En pleine mutation, passant de l'hardware au software, l'entreprise a besoin d'accompagner le changement et de développer une culture digitale.

Projet mis en œuvre : création d'une plateforme d'échange sur le modèle d'un Réseau Social d'Entreprise et mise en place d'un programme de gamification pour accélérer l'engagement et identifier les compétences.

Thématiques abordées : Réseaux Sociaux et Gamification

Benjamin Joly, Digital Marketing Manager, NEOPOST

14h45 - Etude de cas

Le management de la cohérence au travers de WAT : le portail interne de référence regroupant tous les métiers du Groupe.

Contexte : Face au développement exponentiel des plateformes internes éclatées en métiers et silos indépendants, la communication a été relativement dépossédée d'une stratégie de cohérence dans les dispositifs de diffusion et de partage atomisés entre branches métiers. La complexité des initiatives éparses en termes de réseaux sociaux a elle aussi représenté un facteur de tension et de risque dans la maîtrise de la communication et de la collaboration.

Comment donc TOTAL a-t-elle entrepris de reprendre en main les multiples outils, portails et dispositifs de communication interne atomisés et réinsuffler une gouvernance cohérente ? Comment mettre en œuvre et favoriser l'usage d'un portail de référence, unifié et susceptible de fédérer tous les collaborateurs ?

Projet mis en œuvre : Un dispositif de reprise en main de la stratégie de communication au travers de la refonte des 300 intranets du groupe TOTAL et sa combinaison avec un Réseau social présentant une solution unique intégrée développée en interne.

Thématiques abordées : réseaux sociaux d'entreprise, coordination métiers, transversalité de l'information, management de la cohérence, portail Intranet.

Rémi Dupont, Direction Communication Groupe et responsable Portail d'entreprise, TOTAL

Valérie Alexandre, Responsable de l'équipe projet Portail / Maîtrise d'ouvrage, TOTAL

15h30 - Pause

15h45 - Etude de cas

FDJ+ : le réseau social qui connecte les talents !

Contexte : Nécessité pour la Française des Jeux d'adopter la logique digitale et collaborative en interne, et nécessité de mesurer le niveau d'adhésion au projet

Projet mis en œuvre : Fin 2013, la Française Des Jeux a déployé son Réseau Social d'Entreprise : FDJ+

Comment évaluer l'adhésion à un tel projet ? Quelles sont les clés de la réussite d'un projet de transformation digitale ? Quelles démarches amont engager ? Comment impliquer les différentes parties prenantes à chaque étape du projet ? Quelle gouvernance adopter ? Comment amorcer, lancer, animer les communautés ? Quelle campagne de communication pour générer l'adhésion ? Cette présentation sera également l'occasion, 7 mois après son lancement, d'en tirer un premier bilan.

Thématiques abordées : gouvernance 2.0, transformation digitale, engagement, mesure de l'engagement.

Eric Chaumeau, Responsable de la communication interne, LA FRANCAISE DES JEUX

Marie-Laure Deschamp, Corporate Community manager, LA FRANCAISE DES JEUX

16h30 - Etude de cas

150 ans du groupe Société Générale : Comment profiter d'une année charnière pour accompagner la transformation du Groupe, célébrer le passé et regarder vers l'avenir ?

Contexte : Dans un contexte de transformation, comment profiter d'un événement institutionnel « classique » pour embarquer les collaborateurs à travers des outils digitaux et identitaires ?

Projet mis en œuvre : Fédérer les initiatives des métiers. Engager les collaborateurs lors des temps forts de l'année. Favoriser l'échange et le partage, décloisonner interne et externe.

Thématiques abordées : Engagement, collaboratif, transformation numérique, métiers, branding, réseau social d'entreprise.

Benoît Denéchère, Responsable des projets digitaux, Direction de la communication, SOCIETE GENERALE

17h30 - Fin de la manifestation

16 études
de cas
12 secteurs
d'activité

RENCONTRE ANNUELLE DES RESPONSABLES COMMUNICATION INTERNE

12^{ème} édition

18 et 19 juin 2014

Cercle National des Armées - Paris 8^{ème}



Les formations INFOPROMOTIONS

Prise de Parole en Public

5 et 6 juin 2014

Hôtel Littré – Paris 6^{ème}

Rencontre Annuelle des Responsables Communication Interne

18 et 19 juin 2014

Cercle National des Armées – Paris 8^{ème}

Soutenance Commerciale

15 et 16 septembre 2014

Hôtel Littré – Paris 6^{ème}

Rencontre du eLearning et de la formation mixte

17 et 18 novembre 2014

Cercle National des Armées – Paris 8^{ème}

Rencontre Internationale des Responsables Intranet

2 et 3 décembre 2014

Salons Hoche – Paris 8^{ème}

www.formations-infopromotions.com

INFOPROMOTIONS organise aussi vos événements (congrès, séminaires, conventions...) sur mesure.

Contacts : f.courtenay@infoexpo.fr et o.mikowski@infoexpo.fr - **01 44 39 85 00**

