1 an de

Newslinterne

LA NEWSLETTER DE LA COMMUNICATION INTERNE
RÉALISÉE PAR

exergue conseil

Un café avec...

"La communication interne est une notion très complexe, surtout appliquée à une fonction."

ISABELLE BARROS, FONDATRICE DE L'OBSCI

Un café avec Isabelle Barros

Isabelle Barros est une communicante interne convaincue et passionnée. Auteure d'un mémoire sur la discipline et fondatrice de l'OBSCI, elle nous explique sa passion et les enseignements tirés de ses différentes expériences. Témoignage.

→ Bonjour Isabelle, je vous remercie d'échanger avec nous sur le sujet de la communication interne qui nous lie. Peut-être pouvez-vous commencer par vous présenter succinctement ?

Bonjour, et tout d'abord merci à vous pour cet échange. Je m'appelle Isabelle, je suis aujourd'hui Responsable communication interne au sein de l'Etablissement public de santé de Ville-Evrard, dans le 93 (établissement spécialisé en santé mentale). J'ai débuté mon parcours professionnel très tôt puisque j'ai réalisé l'ensemble de mes études supérieures en alternance, en finances et comptabilité.

Mais mes expériences professionnelles en la matière m'ont fait reconsidérer mon orientation. J'ai donc décidé de poursuivre mes études dans la communication, avec la volonté de me spécialiser dans la communication interne. Parcours que j'ai, par ailleurs, enrichi en reprenant des études au CELSA en 2016, dans le cadre d'un Congé Individuel de Formation (CIF).

→ Vous avez achevé votre mémoire en mai 2020 dans le cadre de votre reprise d'étude au CELSA : « La dimension sociale de la fonction communication interne à l'épreuve de la pratique ». Pouvez-vous nous en parler ?

J'ai repris ce mémoire en 2019, donc 3 ans après ma formation. Ayant fait le choix à cette période d'une coupure professionnelle, j'ai envisagé ce mémoire comme un vrai projet professionnel. J'ai grandement apprécié la partie recherche de ce travail universitaire, recherches que j'ai axées principalement sur l'écoute et la compréhension du corps social et la place que cela occupe dans un poste en communication interne. Mon analyse a porté en partie sur 80 offres d'emploi de postes de responsable communication interne : quelles missions et tâches définies ? Quelles compétences recherchées ? Pour ce travail de mémoire, je me suis également beaucoup nourrie de la littérature sur la communication interne, de ma veille active sur la discipline, mais aussi de nombreux entretiens terrain que j'ai pu mener par ailleurs. La communication interne est une notion très complexe, surtout appliquée à une fonction. Elle a, à mon sens, une réelle dimension sociale et ne se limite pas « simplement » à des outils et de l'information, même si cela reste bien entendu important.

L'écoute et la compréhension du corps social, l'échange, sont des points fondamentaux de la fonction, (inscrits d'ailleurs dans le référentiel métier de l'AFCI*) et je voulais voir si cette dimension sociale était autant présente dans la pratique de la fonction, qu'elle ne l'est dans la théorie.

La communication interne est une notion très complexe, surtout appliquée à une fonction.

→ Qu'avez-vous conclu de ce travail de recherche et quels enseignements tirez-vous ?

J'ai fait le constat que la place accordée à l'écoute et au dialogue dans le métier de communicant interne est finalement peu développée. Dans mon mémoire, j'ai tenté de comprendre les raisons de cet écart entre la théorie qui souligne l'importance de l'écoute, et la réalité du terrain.

L'une des hypothèses posées notamment est le manque de temps des professionnel(le)s de la communication interne pour gérer à la fois la dimension sociale et « opérationnelle » de la fonction. Dans de nombreuses organisations, la discipline est souvent portée par peu de personnes, et de fait on ne peut pas tout faire. Par exemple, aujourd'hui, je suis responsable de la communication interne pour un hôpital multi-sites qui comptent 2 500 collaborateurs, avec une grande diversité de métiers, et je suis seule sur cette fonction. Certaines organisations n'ont parfois même pas de poste dédié à la communication interne.

Et chaque communicant interne voit différemment sa fonction. Dans le cadre de mon mémoire, sur 36 professionnels questionnés par exemple, la moitié seulement considérait que l'écoute et la compréhension du corps social faisait partie de leur fonction.

Je tire de l'ensemble de mes recherches et analyses, deux convictions fortes.

** AFCI : Association Française de Communication Interne*

Un café avec Isabelle Barros

Isabelle Barros est une communicante interne convaincue et passionnée. Auteure d'un mémoire sur la discipline et fondatrice de l'OBSCI, elle nous explique sa passion et les enseignements tirés de ses différentes expériences. Témoignage.

Premièrement, il faudrait développer une formation initiale dédiée spécifiquement à la communication interne, ce qui permettrait notamment aux futurs communicants internes d'être sensibilisés à l'ensemble des dimensions de la fonction. Et deuxièmement, la nécessité de créer dans les organisations une direction de la communication interne à part entière, avec les moyens qu'elle mérite, et qui pourrait englober notamment un observatoire social avec un pôle « études », un pôle éditorial, un pôle managérial, un pôle outils, un pôle événementiel, un pôle ingénierie des espaces de discussion...

→ **Vous êtes la fondatrice de l'OBSCI, l'Observateur de la Communication Interne, média 100% dédié à la communication interne, d'où vient ce projet ?**

J'ai lancé l'OBSCI le 30 juin 2020, c'est un site dédié à la communication interne avec quelques articles mais surtout des podcasts qui traitent de sujets de communication interne de façon très pragmatique.

Je venais de soutenir mon mémoire et ayant notamment adoré l'aspect recherche de ce travail, j'avais envie de poursuivre mes questionnements et investigations sur ce sujet. C'était aussi une façon pour moi, à ce moment-là (en congé parental longue durée), de rester en lien avec des problématiques « métier » très concrètes. C'est clairement un très bon moyen pour nourrir sa propre pratique professionnelle. Et puis c'est une initiative de plus pour valoriser la communication interne.

→ **Pour terminer cet échange, quels sont vos projets futurs ?**

J'ai la chance aujourd'hui d'occuper un poste extrêmement intéressant en tant que communicante interne, dans un environnement complexe, et donc passionnant, avec de beaux projets. J'ai surtout le luxe d'avoir une directrice générale qui mesure l'importance de la communication interne et qui me laisse prendre toutes les initiatives à ce propos. Mes projets sont simples : continuer à m'épanouir dans mon travail tout en continuant à alimenter l'OBSCI, en parallèle. Malgré la charge que cela représente, ces podcasts sont un véritable enrichissement. Grâce à ce projet de l'OBSCI, j'ai fait de très belles rencontres professionnelles qui n'ont pas fini de m'accompagner.

C'est clairement un très bon moyen pour nourrir sa propre pratique professionnelle. Et puis c'est une initiative de plus pour valoriser la communication interne.

MERCI ISABELLE !

POUR DÉCOUVRIR L'OBSCI : WWW.OBS-CI.FR

Un café avec...

"Notre société et nos entreprises ont besoin de transformations plus humanistes."

JEAN-ANGE LALLICAN, FONDATEUR DE OH HAPPY BREIZH

Un café avec Jean-Ange Lallican

Fort de 40 ans d'expérience dans le développement des organisations et du management en entreprise, qui lui ont permis d'observer et de comprendre l'importance des différentes dimensions relationnelles de l'individu, Jean-Ange Lallican prône aujourd'hui la bienveillance dans les organisations.

→ Bonjour Jean-Ange, ravie de pouvoir échanger avec vous au sujet de la bienveillance. Pouvez-vous nous expliquer cette notion ?

Depuis de très nombreuses années, et plus particulièrement depuis 2006 (rapport Nasse et Légeron), j'ai pu constater que les environnements dans nos entreprises ne sont pas ou plus assez bienveillants. Je suis convaincu que la bienveillance donne du sens à la vie, permet de retrouver le bon rythme au travail, augmente les capacités de création et d'imagination.

Pression et autoritarisme génèrent au mieux du stress et de la peur, au pire des conflits aussi violents qu'ils peuvent rester larvés pendant des années et dégrader les relations au travail. Notre approche de la relation à l'autre, du fonctionnement humain et donc de la bienveillance, peut faire progresser les liens entre les personnes et le bon fonctionnement de nos entreprises. La bienveillance est aujourd'hui souvent reliée à la question du « bien-être », qu'il soit émotionnel, psychologique ou physique.

→ Question un peu provocante, la bienveillance n'est-elle pas un vœu pieu, une forme d'idéalisme ?

Plutôt que de condamner trop vite les démarches bienveillantes, en traitant négativement les porteurs de celles-ci de « bisounours », il serait intéressant de mesurer ce qu'elles ou ils apportent à la transformation de nos environnements. Je reconnais que certaines intentions conduites en entreprise ces dernières années, comme l'installation de babyfoot et autres démarches « placébo », n'ont pas apporté de la crédibilité à la bienveillance en entreprise. Pour autant, lorsque nous parvenons à insuffler davantage de bienveillance en entreprise, se répercute un climat de mieux-être au travail, vecteur de résultats individuel et collectif. Notre société et nos entreprises ont besoin de transformations plus humanisantes. Et cela commence par une ré-interrogation de nos pratiques, car certaines d'entre elles sont néfastes : manque de considération de l'autre, voire mépris de l'autre.

Les êtres humains ont besoin de confiance, nourrie par le sens, le sens que chacun met à bien faire, à faire mieux pour le collectif.

→ Aujourd'hui, quelle place occupe la bienveillance dans le monde du travail ?

La bienveillance joue un rôle très important dont nous ne mesurons pas encore totalement l'impact. Je suis assez stupéfait de constater qu'aujourd'hui encore, il persiste des éléments conflictuels et des problèmes relationnels dans le monde du travail. Nos démarches sociales fonctionneront mieux lorsqu'on laissera plus d'autonomie aux collaborateurs, lorsqu'on sera plus attentifs aux uns et aux autres.

Ce ne sera pas facile pour tout le monde, aussi il nous faudra réapprendre à se faire confiance. De fait, les dirigeants et les managers devront développer leur délégation, en accordant plus de confiance, plus de bienveillance. Le lien de subordination n'est pas remis en cause, seule la façon de travailler est revue, accordant plus d'agilité au salarié dans un contexte collectif déterminé et approuvé par tous.

Notre société et nos entreprises ont besoin de transformations plus humanisantes.

→ Quel conseil très concret donneriez-vous à nos lecteurs qui souhaitent inclure plus de bienveillance au sein de leur organisation ?

Parfois il suffit de peu de choses, il faut déjà apprendre à écouter les gens. Pour inclure de la bienveillance dans vos structures, j'aime dire qu'il faut envisager un nouveau PACTE managérial. Cela signifie de travailler sur les Postures (notre volonté d'être pour les autres), les Attitudes (notre manière d'être qui manifeste certains sentiments), les Comportements (notre façon d'agir ou de réagir) à adopter pour bien Travailler dans l'Entreprise. Cette méthode que nous avons imaginée émet 12 pistes concrètes d'amélioration des relations. Le but n'est pas de tout révolutionner, la bienveillance est une notion à prendre avec justesse. Il faut retrouver la confiance qui passe par le sens.

Un café avec Jean-Ange Lallican

Fort de 40 ans d'expérience dans le développement des organisations et du management en entreprise, qui lui ont permis d'observer et de comprendre l'importance des différentes dimensions relationnelles de l'individu, Jean-Ange Lallican prône aujourd'hui la bienveillance dans les organisations.

Et cela peut passer par exemple par des expressions encourageantes, un positionnement positif, une vraie volonté de responsabiliser les collaborateurs ou encore en adoptant une écoute attentive. Via ce PACTE, on met en valeur les personnes et on leur donne envie d'entreprendre.

→ **La communication interne joue un rôle dans le bien-être et la qualité de vie au travail des collaborateurs, des notions qui rejoignent celles que vous donnez de la bienveillance. Selon vous, la communication interne peut-elle également être actrice de la bienveillance en entreprise ?**

Bien entendu, en mettant en exergue les expérimentations externes et internes à l'entreprise. Donner envie, donner du sens, c'est à la communication interne de l'entreprise de relayer des messages positifs, authentiques et sincères. C'est l'occasion pour un Codir d'entreprise de se saisir de certains messages et de mettre en place des expérimentations, de valoriser des équipiers qui ont mérité etc. La bienveillance est bénéfique si les collaborateurs trouvent du sens au quotidien dans leur travail, et sur ce point la communication interne a un rôle important à jouer.

Les dirigeants et les managers devront développer leur délégation, en accordant plus de confiance, plus de bienveillance.

→ **Vous avez fondé les conférences OhHappyWays et le premier colloque en France sur la bienveillance, OhHappyBreizh à Rennes, pouvez-vous nous en dire plus à ce sujet ?**

Animé par la volonté de restaurer la confiance entre nous, de booster l'envie et d'oser entreprendre de nouvelles approches individuelles et collectives, j'ai créé ce colloque dédié à la bienveillance. La première édition s'est déroulée le 19 novembre 2019, sur 6 scènes et avec près de 24 intervenants réunis au couvent des Jacobins à Rennes. Un vrai bonheur qui nous a conduit à réitérer pour une seconde édition, initialement prévue fin 2020, puis reporté au 12 mars 2021 et enfin au 17 septembre 2021.

Nous avons conservé la date du 12 mars pour inviter nos fidèles à participer à un webinaire gratuit en quatre temps, avant le grand rendez-vous du 17 septembre.

MERCI JEAN-ANGE !

PLUS D'INFOS SUR OH HAPPY BREIZH :
WWW.OHHAPPYBREIZH.FR

Un café avec...

"Les entreprises ont plus que jamais besoin de communiquer, de rassurer leurs collaborateurs, elles ne peuvent plus se contenter de webinar."

SÉBASTIEN BORGNAT, ANIMATEUR D'ÉVÈNEMENTS D'ENTREPRISES

Un café avec Sébastien Borgnat

Plus de 20 000 JT présentés sur LCI, près de 25 ans derrière les caméras, Sébastien Borgnat connaît parfaitement l'ambiance des plateaux. Depuis quelques mois, il a rangé son costume de présentateur pour se consacrer pleinement à l'animation d'événements d'entreprises et à la formation en media training. Rencontre amicale avec Sébastien, autour d'un café, pour parler de la communication événementielle interne.

→ Bonjour Sébastien, nous sommes très contents de vous accueillir aujourd'hui. Pour débuter, pouvez-vous vous présenter brièvement ?

Je m'appelle Sébastien Borgnat, j'ai travaillé pendant près de 25 ans sur la chaîne d'information LCI, comme présentateur de JT, de magazines et de débats.

Aujourd'hui, j'anime des événements d'entreprises (conventions, congrès, séminaires, émissions digitales) et des séances de media training pour des dirigeants avant une interview, une conférence de presse, une assemblée générale ou une prise de parole interne.

→ L'animation d'événements internes d'entreprises n'est cependant pas nouveau pour vous…

Oh oui, j'anime des événements depuis une quinzaine d'années. Mais désormais, c'est mon activité principale. J'ai notamment travaillé pour Bouygues, EDF, Renault, Natixis, la Bred, la FNAIM, Kaufman & Broad, Naval Group, CDC Habitat, le Groupe Soufflet etc. J'interviens comme animateur et très régulièrement également, comme rédacteur en chef. Intervenir très en amont me permet de maitriser les sujets, de conseiller les intervenants sur leur prise de parole, d'apprendre à les connaitre, et aussi de les mettre en confiance pour qu'ils donnent le meilleur d'eux-mêmes le jour de l'événement.

→ Le secteur de l'événementiel est très touché par le contexte que nous connaissons depuis un an. Les événements internes ont parfois dû être repensés pour s'adapter aux mesures sanitaires, quels formats obtiennent aujourd'hui le plus de succès ?

Un événement digital ne se conçoit pas du tout comme un événement « classique », en présentiel. Et c'est bien plus de travail qu'une émission de télévision. Il n'y a pas de fond sans forme et de forme sans fond. Les formats qui fonctionnent sont courts. Il faut veiller aux changements de rythme et aux interactions avec les personnes qui nous regardent. Cela passe par des quizz, des sondages, des nuages de mots, des duplex via Zoom ou Teams, des reportages, des stands virtuels, des ateliers, des challenges, des escape games etc. Le potentiel est vraiment impressionnant !

→ Qu'en est-il du taux de participation à ces événements internes ?

Les entreprises ont plus que jamais besoin de communiquer, de rassurer leurs collaborateurs, elles ne peuvent plus se contenter de webinar. Le digital a le formidable avantage de ne pas faire perdre de temps aux invités dans les transports. On peut travailler avant et après l'événement. Le taux de participation aux événements internes est très élevé. Le format est apprécié par les salariés. On peut réunir des collaborateurs de la France et de l'international beaucoup plus facilement, tout en assurant la continuité du business.

Les entreprises ont plus que jamais besoin de communiquer, de rassurer leurs collaborateurs, elles ne peuvent plus se contenter de webinar.

→ Sur la réflexion en amont d'un événement, quels conseils donneriez-vous aux entreprises ?

Il me semble important de bien connaître les attentes des collaborateurs, par exemple grâce à des questionnaires ou des mini sondages envoyés avant la phase préparatoire. Il faut aussi s'interroger sur les objectifs de l'événement : bien évidemment d'informer, de délivrer des messages, une vision, une ambition. Mais il s'agit aussi de renforcer le lien entre les salariés, le sentiment d'appartenance à l'entreprise, de développer la fierté, l'esprit de groupe pour motiver, engager et embarquer…
Quand on se penche sur la construction des messages, il faut faire des choix éditoriaux et se dire que l'on ne pourra pas tout traiter.

Un café avec Sébastien Borgnat

Plus de 20 000 JT présentés sur LCI, près de 25 ans derrière les caméras, Sébastien Borgnat connaît parfaitement l'ambiance des plateaux. Depuis quelques mois, il a rangé son costume de présentateur pour se consacrer pleinement à l'animation d'événements d'entreprises et à la formation en media training. Rencontre amicale avec Sébastien, autour d'un café, pour parler de la communication événementielle interne.

Il s'agit aussi de renforcer le lien entre les salariés, le sentiment d'appartenance à l'entreprise, de développer la fierté, l'esprit de groupe pour motiver, engager et embarquer...

→ **On a vu émerger des concepts d'événements hybrides (mi-présentiel, mi-distanciel), comment imaginez-vous l'avenir de l'événementiel, en guise de conclusion ?**

Nous rêvons tous de pouvoir nous réunir à nouveau. Rien ne vaut une salle qui vibre, qui applaudit. Mais les événements digitaux et phygitaux (hybrides) vont continuer à se développer. À nous, professionnels, de valoriser les messages et les intervenants, faire passer des émotions pour que l'humain reste au cœur de l'événement.

MERCI SÉBASTIEN !

POUR EN SAVOIR PLUS SUR SÉBASTIEN : HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/S%C3%A9BASTIEN-BORGNAT-07592686/

Un café avec...

"Notre rôle a été de partager le quotidien de nos collègues, de montrer ce qu'il était possible de faire."

JULIE BOUQUET, CHARGÉE DE COMMUNICATION INTERNE POUR LA VILLE D'ANGERS

Un café avec Julie Bouquet

Chargée de communication interne au sein de la ville d'Angers, Julie Bouquet assiste depuis janvier dernier aux conséquences d'une cyber-attaque menée contre la collectivité. Comment cette crise a-t-elle été gérée ? Quels impacts sur le travail des agents ? Immersion au cœur de la crise avec Julie.

→Bonjour Julie, pourriez-vous nous présenter les particularités de votre structure et recontextualiser l'arrivée de cette cyber-attaque ?

Je travaille au sein d'une collectivité qui rassemble la ville d'Angers, Angers Loire Métropole et le CCAS, soit 4 000 agents répartis en différents services.

Tout d'abord, il faut comprendre que toutes les directions sont utilisatrices d'outils numériques (plus de 300 logiciels). Que ce soit la billetterie, la bibliothèque pour les prêts, la facturation, les logiciels d'état civil, la paie, nous sommes tous impactés. La cyber-attaque a eu lieu le samedi 16 janvier, les systèmes en exercice le week-end ont commencé à dysfonctionner. Les manipulations simples devenaient très compliquées, les agents devaient se reconnecter plusieurs fois. Cela nous a mis la puce à l'oreille. En approfondissant, le service informatique a rapidement conclu que nous étions victimes d'une puissante attaque de nos systèmes d'information.

→Quelles ont été les premières mesures ?

La première décision a été de fermer l'ensemble des systèmes informatiques, d'isoler les applications les unes des autres, et de stopper toutes les activités, comme les envois d'e-mails par exemple. Les agents ont eu 10 minutes pour terminer leurs opérations et fermer leurs ordinateurs. Le lundi suivant, tous les agents avaient pour consigne de n'utiliser aucun ordinateur. Les premières informations étaient rendues officielles par de l'affichage dans tous les bâtiments, les ascenseurs et les escaliers. Cela a été très déroutant pour toutes les équipes. Le service public rendu était mis en péril. Seul notre système de téléphonie n'était pas atteint. Une cellule de crise s'est mise en place afin de suivre au plus près l'évolution de l'attaque et de réagir en conséquence par la diffusion de premières informations. Au sein du service communication interne, nous avons dans un premier temps compilé tous les numéros de téléphone professionnels des agents afin d'être en capacité de communiquer rapidement.

→ La communication interne est un pilier essentiel en période crise, qu'avez-vous mis en place les semaines qui suivirent l'attaque ?

Notre équipe, composée de 6 personnes, était en lien permanent avec des collègues de la direction du système d'information et du numérique, elle s'est attachée à transmettre l'information qui concernait le plus grand nombre. Nous étions intégrés à la cellule de crise « ressources » qui se réunissait quotidiennement. Nous devions nous imprégner rapidement des évolutions pour les rendre claires et accessibles au plus vite. Dans un premier temps, nous nous sommes appuyés sur deux outils de communication :

– Une information vocale sous forme de message téléphonique, en nous appuyant sur l'un de nos téléphones portables avec promotion d'un numéro d'appel. Cette solution pratique, réactive et 100 % à notre image, a permis aux collègues d'obtenir instantanément des informations, par un message vocal sous la forme d'un dialogue qui répondait aux questions courantes.

– Notre journal interne que nous avons maquetté grâce à une « vieille » version d'un logiciel de mise en page. Ce support inédit, dont nous avons proposé 6 numéros à tous les agents selon les étapes de remise à niveau des outils, regroupait les dernières actualités et les consignes pour travailler dans les meilleures conditions, compte tenu du contexte. Dans un contexte de crise, il est important que chacun puisse savoir ce qu'il peut faire ou ne pas faire, et qu'il sente que son organisation souhaite l'informer au mieux de la situation.

Dans un second temps, lorsque les ordinateurs ont pu être réutilisés partiellement, nous avons créé un espace dédié à la cyber-attaque sur notre intranet avec des actualités, des retours d'expériences, une foire aux questions…

Un café avec Julie Bouquet

Chargée de communication interne au sein de la ville d'Angers, Julie Bouquet assiste depuis janvier dernier aux conséquences d'une cyber-attaque menée contre la collectivité. Comment cette crise a-t-elle été gérée ? Quels impacts sur le travail des agents ? Immersion au cœur de la crise avec Julie.

Dans un contexte de crise, il est important que chacun puisse savoir ce qu'il peut faire ou ne pas faire, et qu'il sente que son organisation souhaite l'informer au mieux de la situation.

→ Au-delà des actions mises en place, quelle posture avez-vous adoptée auprès des collaborateurs et qu'elles ont été leurs réactions face à cette cyber-attaque ?

Les premiers jours, c'est un choc, on a l'impression qu'on nous vole notre travail. Il nous fallait repenser toutes les méthodes de travail pour assurer un service public dégradé. Trouver des solutions techniques pour que chacun fasse son travail, ce n'est pas notre job. Alors, nous nous sommes concentrés sur notre cœur de métier : savoir rassurer, rester optimiste, et surtout écouter les collègues et assurer l'accompagnement tout au long de cet épisode désagréable.

Notre rôle a été de partager le quotidien de nos collègues, de montrer ce qu'il était possible de faire avec des astuces et des conseils pratiques de chacun.

→ Qu'en est-il de la situation désormais ?

Aujourd'hui, heureusement, la situation s'améliore. Mais c'est très long et nous ne sommes pas encore dans des conditions optimales. La phase d'impatience a fait place à celle de la compréhension, et la pression est forte sur nos collègues informaticiens, pourtant très mobilisés. Il faut savoir cultiver une forme de raison, et on apprend à se satisfaire de chaque petite évolution.

Nous nous sommes concentrés sur notre cœur de métier : savoir rassurer, rester optimiste, et surtout écouter les collègues et assurer l'accompagnement tout au long de cet épisode désagréable.

MERCI JULIE !

POUR EN SAVOIR PLUS SUR JULIE : HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/JULIE-BOUQUET-B23513138/?ORIGINALSUBDOMAIN=FR

Un café avec...

"Ma conviction est que la stratégie sociale est désormais un élément aussi déterminant pour une entreprise que le pilotage financier ou la stratégie commerciale."

ANNE-CHARLOTTE PLARD-LACROIX,
FONDATRICE DU CABINET EFFI'OUEST CONSEILS

Un café avec Anne-charlotte Plard-Lacroix

Juriste de formation et après plus d'une dizaine d'années d'expérience dans l'accompagnement RH des entreprises en difficulté, Anne-charlotte Plard-Lacroix a fondé le cabinet Effi'Ouest conseils à Rennes. Elle accompagne les structures dans leur projet de transformation et de conduite du changement RH.

→ Bonjour Anne-charlotte, vous vous définissez comme étant une accompagnatrice du changement au sein de différentes structures, pouvez-vous nous expliquer en quoi cela consiste ?

Les entreprises et les associations doivent s'adapter aux évolutions de leur environnement. Ces mutations impliquent des changements industriels et humains importants et rapides de leur organisation (difficultés financières, réorganisation en interne, restructuration sociale, etc). Pour mener à bien ces projets complexes et atteindre leurs objectifs, nous définissons, avec les directions, une stratégie opérationnelle qui répondra aux enjeux juridiques, RH, sociaux, humains et de communication. Mon rôle est 100 % opérationnel ! J'apporte aux directions mon expertise et un regard novateur sur l'existant.

→ Aujourd'hui vous êtes DRH de transition dans une association, pouvez-vous nous en dire plus sur cette mission ?

C'est une association de plus 380 salariés, en difficulté (procédure collective) où je remplace la DRH, partie en congé maternité. L'association avait besoin de restaurer un dialogue social constructif entre la direction, les partenaires sociaux (syndicats et CSE) et les salariés. Lorsque je suis arrivée, le dialogue était rompu et il existait une défiance vis-à-vis des décisions de la direction. À l'issue de la restructuration, j'ai accompagné l'équipe de direction, en les aidant à redéfinir le projet associatif, ses valeurs et redonner du sens aux activités portées.

→ Pour mener à bien ce projet, vous avez débuté par un état des lieux des volets RH et communication interne, comment avez-vous procédé ?

Ma première action a été d'écouter l'équipe RH, afin d'analyser leurs pratiques et comprendre leurs besoins. Le service était très peu outillé, il a donc fallu prioriser des besoins comme mettre en place un outil de gestion du temps par exemple. Selon moi, les Ressources Humaines sont encore trop souvent le parent pauvre des services dans l'entreprise. La digitalisation RH doit devenir une priorité, afin de mieux travailler ensemble et gagner en productivité.

C'est ce qu'il a fallu expliquer aux élus ainsi qu'aux salariés, qui, aujourd'hui, apprécient d'avoir plus d'autonomie.

Concernant la communication, elle était développée à l'externe et beaucoup moins à l'interne, à destination des collaborateurs de l'association. Après consultation des salariés, nous avons constaté une forte attente de leur part en ce sens. Nous avons commencé par revoir les infrastructures de télécommunications et nous envisageons de créer un journal interne. Il faut créer du lien en revenant à l'essentiel afin que les salariés des différents services et des établissements puissent se connaître, comprendre leur rôle et ainsi contribuer au quotidien à la réussite de l'association.

La digitalisation RH doit devenir une priorité, afin de mieux travailler ensemble et gagner en productivité.

→ La communication interne est présente dans toutes les organisations, elle a notamment un rôle prépondérant à jouer pour accompagner le changement. Dans votre mission actuelle, comment avez-vous accompagné les collaborateurs pour les aider à retrouver du sens au travail ?

En tant que DRH de transition, dans un moment de tempête et de forte tension sociale, il faut pouvoir expliquer aux salariés de manière claire et en toute transparence les perspectives : quel cap prenons-nous ? Quelles seront les prochaines étapes ? Les salariés comprennent les difficultés financières et la nécessité de restructurer, mais on oublie trop souvent d'expliquer les raisons et ce qui se passera après. L'absence de communication met le doute, engendre de la défiance et finit par cristalliser le dialogue. Il s'agit de créer un vrai partenariat, orienter le dialogue social et le rôle de ses acteurs, vers une nouvelle logique, collaborative et contributive, pour faire progresser l'entreprise.

Un café avec Anne-charlotte Plard-Lacroix

Juriste de formation et après plus d'une dizaine d'années d'expérience dans l'accompagnement RH des entreprises en difficulté, Anne-charlotte Plard-Lacroix a fondé le cabinet Effi'Ouest conseils à Rennes. Elle accompagne les structures dans leur projet de transformation et de conduite du changement RH.

Les transformations de l'entreprise, y compris les plus difficiles comme des restructurations ou des cessions d'activité, ne peuvent réussir qu'avec un dialogue social de qualité. Pour se faire trois piliers sont fondamentaux :

- La transparence, ce qui est caché fait naître la suspicion et ce qui doit rester confidentiel doit être justifié.
- L'anticipation, en annonçant tôt les projets. Savoir préparer les esprits est capital et évite bien des blocages le jour venu.
- Le respect des engagements pris à travers les accords collectifs ou engagements verbaux.

Ma conviction est que la stratégie sociale est désormais un élément aussi déterminant pour une entreprise que le pilotage financier ou la stratégie commerciale.

L'absence de communication met le doute, engendre de la défiance et finit par cristalliser le dialogue.

MERCI ANNE-CHARLOTTE !

PLUS D'INFOS SUR EFFI'OUEST CONSEILS :
WWW.EFFIOUEST-CONSEILS.FR

Un café avec...

"Je crois qu'en entreprise, le plus difficile à faire et à travailler prioritairement est la qualité d'écoute."

AMÉLIE LE BORGNE, FACILITATRICE ET FONDATRICE DE ANDIAMO!

Un café avec Amélie Le Borgne

Après plus de 15 ans à un poste en marketing et communication interne, Amélie Le Borgne s'est formée à la facilitation. À son compte depuis 2020, elle propose diagnostics, conseils, ateliers et formations et souhaiterait à terme, proposer une ressource externalisée de chief happiness officer. Amélie nous présente le métier de facilitatrice et souligne l'importance d'un climat de confiance au sein des équipes.

→ Bonjour Amélie, pouvez-vous nous expliquer votre métier de facilitatrice ?

Ma longue expérience en agence m'a amenée à comprendre que l'animation de la vie de l'entreprise ne pouvait s'opérer que dans un climat de confiance et par l'implication des parties. Aujourd'hui, j'interviens généralement dans des contextes où cette confiance a été mise à mal.

Il est, selon moi, pertinent d'être externe à l'organisation pour renouer avec la confiance, avoir une autre approche et amorcer de nouvelles dynamiques de groupe, efficaces et pérennes. Je travaille aussi sur l'engagement des équipes. Celui-ci ne se décrète pas, tout comme la qualité de vie au travail ou la bienveillance… J'interviens à la demande d'un commanditaire, souvent un membre de direction ou RH, qui ne parvient pas à impliquer les collaborateurs dans des prises de décisions transverses. Et ce sont pourtant les parties prenantes qui ont les réponses. C'est en cela que la facilitation est précieuse : mon rôle est alors de les amener à les formuler, à les prioriser, pour les mettre en œuvre.

→ Comment cela fonctionne-t-il ?

En premier lieu, la facilitation permet de créer des conditions de collaboration : inclure chacun, favoriser l'expression des individus, cadrer le dialogue (phases d'inclusion/ice breakers). Le facilitateur endosse une posture neutre et s'aide d'une palette d'outils diversifiés pour designer et animer des ateliers mobilisant l'intelligence collective. Les ateliers facilités peuvent permettre de poser un diagnostic pertinent sur la problématique rencontrée au sein de la structure, de trouver des solutions efficaces, de favoriser l'innovation au sein de l'équipe ou de définir collectivement une stratégie, et un plan d'action adapté. Ces ateliers fonctionnent grâce aux échanges et tendent vers des décisions prises collectivement. Ils se font dans un cadre très spécifique qui favorise l'écoute et la bienveillance.

Ma longue expérience en agence m'a amenée à comprendre que l'animation de la vie de l'entreprise ne pouvait s'opérer que dans un climat de confiance et par l'implication des parties.

→ Votre métier a un lien étroit avec la communication interne puisqu'il favorise la communication entre les équipes et la bonne circulation de l'information. Selon vous, en quoi est-ce important d'avoir une communication interne structurée ?

Avoir une communication interne structurée, qui agit en transparence et surtout adaptée aux besoins des collaborateurs, est indispensable à mon sens. Une mauvaise communication interne est dangereuse pour la structure : les risques sont nombreux et bien plus impactants qu'on ne l'imagine. Ils peuvent avoir des conséquences en interne sur la productivité, la qualité, la croissance, mais aussi avoir des effets externes, comme sur la marque employeur par exemple. En tant que spécialiste en qualité de vie au travail, je peux témoigner sur le fait que les risques peuvent aller du désengagement des équipes dans le quotidien, jusqu'aux arrêts de travail à répétition ou turn over… Au sein des grandes entreprises, chaque service est un écosystème qui a ses propres codes et ses propres besoins. Il convient d'en avoir conscience et d'adapter sa communication interne et de la rendre inclusive. Il est également nécessaire de trouver le juste équilibre en termes de quantité des messages. Trop de communication tue la communication et peut alors être contre-productive.

→ Quel conseil donneriez-vous à une entité où le dialogue social s'est effrité ?

Concernant la communication interne en général, il me semble important de travailler sur la transparence avant toute chose. Elle favorise la confiance, la transparence doit venir du sommet de la hiérarchie pour avoir valeur d'exemplarité auprès de l'ensemble des collaborateurs.

Un café avec Amélie Le Borgne

Après plus de 15 ans à un poste en marketing et communication interne, Amélie Le Borgne s'est formée à la facilitation. A son compte depuis 2020, elle propose diagnostics, conseils, ateliers et formations et souhaiterait à terme, proposer une ressource externalisée de chief happiness officer. Amélie nous présente le métier de facilitatrice et souligne l'importance d'un climat de confiance au sein des équipes.

Concernant l'implication des équipes, je conseillerais de débuter toute réunion en posant systématiquement un cadre de référence propice à la collaboration collective :

- ECOUTER avec attention
- PARLER avec intention
- se faire CONFIANCE
- être BIENVEILLANT...

La facilitation me permet de proposer aux équipes de construire collectivement le contenu de ces cadrages pour favoriser l'adhésion de chacun. Personnellement, je renforce le dispositif en représentant ce cadre en « facilitation graphique », (le dessin permet de communiquer différemment avec plus d'impact émotionnel).

Enfin, je crois qu'en entreprise, le plus difficile à faire et à travailler prioritairement est la qualité d'écoute (suspendre son jugement, ne pas interrompre, reformuler, questionner, abonder...). Chaque collaborateur doit pouvoir s'exprimer et bénéficier d'espaces de parole pour se sentir inclus au projet. À chacun d'en prendre conscience et d'apprendre à le favoriser.

Finalement, pour résumer succinctement, le niveau d'engagement dépend en grande partie du niveau de qualité apportée aux relations interpersonnelles.

Chaque collaborateur doit pouvoir s'exprimer et bénéficier d'espaces de parole pour se sentir inclus au projet.

MERCI AMÉLIE !

EN SAVOIR PLUS SUR AMÉLIE : HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/AMELIE-LE-BORGNE-02055360/

Un café avec...

"Le côté humain me plaît et l'humain est au cœur de la communication interne."

MARIE GOMOND, ALTERNANTE CHEZ EXERGUE CONSEIL

Un café avec Marie Gomond

Étudiante en communication et marketing digital, Marie Gomond prépare un Master en alternance chez Digital Campus Rennes. Elle est arrivée début septembre en alternance chez Exergue conseil où elle mènera de nombreuses missions de développement de l'entreprise et de gestion de projets.

→ Bonjour Marie, vous venez d'arriver au sein d'Exergue conseil, nous aimerions en savoir plus sur vous, pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle Marie Gomond, j'ai 21 ans et je suis originaire de Normandie, plus précisément de Rouen. J'ai quitté la Normandie pour venir étudier ici, à Rennes, en septembre 2020 lorsque j'ai intégré l'école Digital Campus dans le cadre d'une classe préparatoire à mon Master actuel, Expert en Stratégie Digitale.

→ Quel a été votre parcours professionnel jusqu'à présent ?

À la suite de l'obtention de mon baccalauréat Economique et Social, je me suis dirigée vers un DUT Techniques de Commercialisation au sein de l'IUT du Havre. Celui-ci m'a permis d'acquérir de multiples notions dans les secteurs de la vente, de la communication, de la négociation, du management etc... J'ai également pu approfondir mes connaissances lors de stages en tant que conseillère de vente chez Bouchara et assistante marketing au Crédit Agricole Normandie-Seine. Ces stages m'ont familiarisé avec le milieu de l'entreprise car ce sont des sociétés de taille conséquente avec un système de management différent à chaque fois.

Après l'obtention de mon diplôme, j'ai opté pour des études dans le marketing digital qui m'ont amenée à Digital Campus. Lors de mon année de préparation au Master, j'ai eu la possibilité de travailler par groupe de 5 personnes, sur la communication d'une entreprise dans le cadre des « Grands Projets ». J'ai donc travaillé pour Ty Môme, marque de livres personnalisés pour enfants en tant qu'assistante communication. J'étais chargée de la création de contenus (articles de blog, visuels à destination des réseaux sociaux) mais également de la recherche de partenariats. Cette même année, j'ai également réalisé un stage en tant que chargée de communication dans une boutique de vêtements.

→ En quoi consiste le Master Expert en Stratégie Digitale ?

Le Master Expert en Stratégie Digitale, que j'ai pris avec la spécialisation Brand Content et Vidéo, forme les apprenants au contenu de marque : rédaction et création de contenus, marketing et gestion de projet. Plus globalement, nous sommes formés pour définir des stratégies marketing pour atteindre des objectifs fixés par l'entreprise, plus spécifiquement sur le volet de la communication digitale. Ces nouvelles connaissances que je vais acquérir au cours de l'année vont renforcer mon expertise et m'aideront dans mes missions en entreprise. Les cours de management me permettront de mieux comprendre les enjeux de la communication interne et des RH dans les organisations. Mes cours de communication seront intéressants dans le cadre du développement de la stratégie de communication d'Exergue conseil.

→ Quelles seront vos missions durant cette année ?

Cette année, je reprends le flambeau de Lise-Alexia Dugas, ancienne alternante chez Exergue conseil, je serai donc chargée de développer et valoriser le cabinet via du community management (animation des réseaux sociaux, rédaction d'articles, newsletter, podcast, webinaire) et des missions à l'aspect plus commercial (avant-vente, développement de partenariats). J'épaulerai également Yoann Greffier dans différents projets, comme du consulting par exemple. J'aurai donc à ma charge des missions variées mais toutes aussi intéressantes !

Je serai donc chargée de développer et valoriser le cabinet via du community management.

→ Quel est votre degré de connaissance sur la communication interne ?

J'ai pu, lors de mon cursus scolaire, voir des notions de management et de communication. Dans ces 2 matières, la communication interne y était mentionnée mais nous ne rentrions jamais vraiment dans le vif du sujet. Je compte donc sur cette année d'alternance pour approfondir la discipline. Le côté humain me plaît et l'humain est au cœur de la communication interne. Cette discipline a donc attiré mon attention et m'a confortée dans mon choix d'exercer une alternance dans ce domaine.

Un café avec Marie Gomond

Étudiante en communication et marketing digital, Marie Gomond prépare un Master en alternance chez Digital Campus Rennes. Elle est arrivée début septembre en alternance chez Exergue conseil où elle mènera de nombreuses missions de développement de l'entreprise et de gestion de projets.

→ Pour finir, qui est vraiment Marie Gomond ?

Nageuse à mes heures perdues et friande de sorties en tout genre, je suis une personne simple, joviale et avec un bon esprit d'équipe. Mon plongeon dans le milieu du digital a renforcé mon désir de travailler dans la communication, et plus particulièrement dans le community management. J'espère maintenant évoluer dans cette voie à travers mon alternance ici qui va beaucoup m'apporter.

Le côté humain me plaît et l'humain est au cœur de la communication interne.

MERCI MARIE !

EN SAVOIR PLUS SUR MARIE :
HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/MARIEGOMOND/

Un café avec...

"Il ne faut plus tenir pour acquis que les collaborateurs sont fidèles à leur entreprise, ils sont d'abord fidèles aux projets qu'on leur propose."

DAVID GORDON, FONDATEUR DE NOUVELLES VOIX

Un café avec David Gordon

Notre pétillant invité du mois a goûté à l'audio durant ses études, en animant bénévolement 2 émissions radio. Avec plus de 12 ans d'expérience dans les ressources humaines et la communication interne, David Gordon a souhaité vivre de sa passion et a créé sa société : Nouvelles Voix. David nous parle de la place du podcast dans la communication interne et de ses bénéfices.

→ Bonjour David, vous avez acquis une solide expérience dans le domaine des ressources humaines au fil des années, pouvez-vous nous parler de votre cursus et comment il vous a amené à créer votre entreprise ?

Pendant mes études à Sup de Co Reims, j'ai créé bénévolement, pendant 6 ans, des émissions de radio. Puis, à la suite de mes études, j'ai été recruté par le cabinet Accenture afin d'occuper un poste de Consultant Junior dans les Ressources Humaines, c'est lors de cette expérience que je me suis rendu compte que la communication interne n'est pas tout à fait claire pour moi. Pour pallier cela, j'ai lancé une émission de radio en interne que j'animais tous les mois en complément de mes missions de conseil dans les RH. J'ai ensuite poursuivi mon cursus chez Althéa, cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement des fonctions transverses de l'entreprise, où j'ai transformé les émissions internes en véritable offre. Toutes ces expériences m'ont amené à créer Nouvelles Voix.

→ Pouvez-vous nous en dire plus sur votre entreprise et les activités qu'elle propose ?

Nouvelles Voix est une société de production et de création de médias et d'événements d'entreprise. Nous proposons des podcasts de communication interne et des événements tels que des séminaires et des conventions, sous la forme de talk show radio ou TV. Nous sommes des spécialistes de la communication interne et nous sommes en quête d'un contenu fort qui fasse sens dans les entreprises.

→ Quelle est l'importance du podcast dans la communication interne ?

Le podcast demeure un moyen de communication interne très intéressant car il permet de partager des informations sur l'entreprise, telles que des présentations sur la vision des dirigeants, les porteurs de projet, le quotidien des collaborateurs, les nouveaux collaborateurs.

Il y a plusieurs manières d'utiliser le podcast : pour communiquer sur la marque employeur et la RSE, pour former les collaborateurs, etc. Ce format répond à un besoin d'authenticité recherché par l'utilisateur. Sa particularité est que les coupes ne sont pas audibles (à contrario des vidéos), de ce fait, une conversation podcastée donne une impression de transparence aux auditeurs. De plus, un podcast peut durer plus longtemps qu'une vidéo ou qu'un texte, puisqu'un podcast ne nécessite pas d'avoir ses yeux rivés sur l'écran. Cela amène de la transparence au discours et de la transversalité.

Pour les collaborateurs, les avantages du podcast sont nombreux, ils peuvent notamment l'écouter en situation de mobilité ou en faisant autre chose.

Nous sommes des spécialistes de la communication interne et nous sommes en quête d'un contenu fort qui fasse sens dans les entreprises.

→ D'après vos précisions, nous comprenons que le podcast peut trouver sa place dans un dispositif de communication interne. En quoi, selon vous, avoir une communication interne structurée est-elle nécessaire ?

La communication interne a eu du mal à être perçue comme stratégique par les entreprises. De ce fait, plusieurs services (RH, communication, etc) se sont lancés dans leur propre communication interne. Pendant le Covid, on a compris l'importance de la communication interne. L'intérêt est de s'intéresser à la communication des autres services, il faut un service qui coordonne les communications de chaque métier afin d'éviter tout problème de communication et de quiproquo entre les services.

Un café avec David Gordon

Notre pétillant invité du mois a goûté à l'audio durant ses études, en animant bénévolement 2 émissions radio. Avec plus de 12 ans d'expérience dans les ressources humaines et la communication interne, David Gordon a souhaité vivre de sa passion et a créé sa société : Nouvelles Voix. David nous parle de la place du podcast dans la communication interne et de ses bénéfices.

Le bénéfice d'une communication interne structurée est d'être plus efficace, d'aider les collaborateurs à trouver du sens au travail. Ces derniers ont besoin d'une vision, ils s'attachent à un projet plus qu'à une entreprise selon moi. Leur donner de la visibilité sur le futur leur donnera envie de rester.

Il ne faut plus tenir pour acquis que les collaborateurs sont fidèles à leur entreprise, ils sont d'abord fidèles aux projets qu'on leur propose.

Le bénéfice d'une communication interne structurée est d'être plus efficace, d'aider les collaborateurs à trouver du sens au travail.

MERCI DAVID !

PLUS D'INFOS SUR NOUVELLES VOIX :
HTTPS://NOUVELLESVOIX.COM/

ALLOCATIONS FAMILIALES

Un café avec...

"Les managers sont chargés de relayer auprès des salariés l'information reçue. On s'appuie donc en partie sur les managers pour porter la communication interne."

ESTELLE HAUTIÈRE, RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION ET DE L'ANIMATION MANAGÉRIALE AU SEIN DE LA CAF LOIRE-ATLANTIQUE

Un café avec Estelle Hautière

Estelle Hautière témoigne d'une expérience de 15 ans en communication, elle a évolué dans différentes structures entre agences, entreprises et organismes. Depuis janvier 2022, elle occupe un poste de responsable de la communication et de l'animation managériale au sein de la Caf de Loire-Atlantique, à Nantes.

→ Bonjour Estelle, vous avez accumulé de nombreuses expériences en communication depuis 15 ans, comment vous ont-elles menée au poste que vous occupez aujourd'hui ?

Toutes mes expériences professionnelles se sont orientées autour de la communication car c'est un domaine dans lequel je m'épanouis depuis mes études. Le fil rouge de ma carrière reste l'humain.

En effet, dans mes débuts, j'ai eu des expériences dans la publicité dans lesquelles je n'ai pas trouvé la dimension humaine que je cherchais. Je me suis ensuite dirigée vers l'événementiel et la communication interne et épanouie au sein du groupe Adecco, leader mondial des solutions en ressources humaines, car les problématiques d'emploi m'intéressaient. Toutes ces expériences m'ont naturellement menée vers la Caf (Caisse d'Allocations Familiales) de Loire-Atlantique qui accompagne les familles à travers le versement de prestations sociales et une politique d'action sociale. Je travaille aujourd'hui sur des enjeux de communication interne et externe, de conduite du changement et de communication managériale.

→ En parlant de communication managériale, comment se structure-t-elle dans une entité comme la Caf ?

La communication managériale de la Caf est bien similaire à celle d'une entreprise privée. Du moins, les enjeux sont les mêmes :

- Informer les managers.
- Créer du lien.
- Donner du sens à leurs missions.
- Responsabiliser les managers en leur faisant prendre conscience de leur rôle auprès des équipes.

La Caf Loire-Atlantique compte plus de 600 salariés, parmi lesquels une soixantaine de managers. Le fonctionnement n'est pas le même dans toutes les Caf de France, ce n'est donc pas un modèle figé.

→ Selon vous, comment se lient et s'articulent la communication interne et la communication managériale ?

Selon moi, la communication interne et la communication managériale sont étroitement liées. En effet, les managers sont chargés de relayer auprès des salariés l'information reçue. On s'appuie donc en partie sur les managers pour porter la communication interne. De plus, si les managers sont en phase et à l'aise avec leurs missions, cela se répercutera sur les équipes et favorisera le bien-être au travail. Les managers ont un rôle déterminant en communication interne. Un manager doit être réactif et curieux pour délivrer les informations à ses collaborateurs et ne pas omettre certaines actualités pertinentes.

Si les managers sont en phase et à l'aise avec leurs missions, cela se répercutera sur les équipes et favorisera le bien-être au travail.

→ Depuis le mois de janvier, vous occupez un poste de responsable de la communication et de l'animation managériale. En quoi consiste exactement l'animation managériale ?

Nous sommes chargés d'accompagner les managers dans les pratiques et les postures managériales. Mais également dans la mise à disposition d'outils de communication pour animer les réunions.

Dans le cadre de cette animation managériale, plusieurs ateliers et événements ont été créés. Nous avons ce qu'on appelle les rendez-vous de l'info, qui ont lieu une fois par mois. La direction va prendre la parole sur des actualités destinées aux managers. Il y a également des réunions des cadres, qui sont des réunions trimestrielles animées par un intervenant ou donnant lieux à des travaux en groupes, dans l'esprit d'un séminaire.

Un café avec Estelle Hautière

Estelle Hautière témoigne d'une expérience de 15 ans en communication, elle a évolué dans différentes structures entre agences, entreprises et organismes. Depuis janvier 2022, elle occupe un poste de responsable de la communication et de l'animation managériale au sein de la Caf de Loire-Atlantique, à Nantes.

Nous organisons, une à deux fois par mois, des ateliers d'échanges de pratiques. Ce sont des petits groupes de cadres qui se rassemblent pour échanger sur des problématiques managériales proposées et trouver, ensemble, des solutions à celles-ci. Récemment, nous avons lancé un guide du manager hybride qui recense toutes les bonnes pratiques pour animer une équipe à distance.

→ **À l'heure du développement à outrance des outils de communication, en quoi le manager joue-t-il encore un rôle crucial en communication interne ?**

La place du manager est d'autant plus importante depuis la crise sanitaire, selon moi. Et son rôle prend tout son sens avec l'émergence des outils car il doit accompagner ses collaborateurs et être à leur écoute pour les aider avec des outils comme Teams, par exemple. À distance, il est bien plus compliqué de sentir si un collaborateur n'est pas bien et se sent perdu. De plus, le manager apporte le côté humain, que les outils n'ont pas. Le manager va cependant s'appuyer sur ces outils pour communiquer.

À distance, il est bien plus compliqué de sentir si un collaborateur n'est pas bien et se sent perdu.

MERCI ESTELLE !

POUR EN SAVOIR PLUS SUR ESTELLE :
HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/E-HAUTIERE/

Un café avec...

"Selon moi, les managers sont les plaques tournantes de la communication interne."

GRÉGORY THOMAS, CO-FONDATEUR DE LABELSCÈNE FORMATION

Un café avec Grégory Thomas

Après un début de carrière en banques et les célèbres Cours Florent en parallèle, Grégory Thomas s'est associé à Marc Voisin pour créer LS Formation. La société forme les managers pour qu'ils développent leurs compétences comportementales, à partir, notamment, de techniques issues du théâtre. Aux trois coups de bâton, rencontre avec Grégory.

→ Bonjour Grégory, vous avez d'abord eu une première vie dans des groupes bancaires avant de créer LS Formation, aux côtés de Marc Voisin. Pourquoi ce choix et quelle est votre activité ?

Au cours de mes expériences passées, j'ai remarqué que peu de propositions étaient faites en matière de communication managériale. Et actuellement, les entreprises évoluent sur un modèle de plus en plus collaboratif, avec davantage d'interactions entre les services, cela favorise les relations humaines. Ce qui n'était pas nécessairement le cas auparavant. De ce fait, nous voulions répondre à ces problématiques avec mon associé. Chez LS Formation, nous souhaitons sensibiliser les acteurs de l'entreprise à l'importance des compétences comportementales, avec des formations. Nous utilisons des exercices issus du théâtre pour développer des soft-skills telles que l'écoute, l'empathie, la gestion des émotions, l'attention et la capacité d'affirmation.

→ Je comprends que vous puisez dans vos exercices de théâtre pour que les managers travaillent leurs prises de parole en public, la gestion de conflits etc. Est-ce bien cela ?

En effet, ces techniques théâtrales permettent un développement concret, et sur le long terme, des compétences comportementales. Les formations classiques apportent un savoir. Chez LS Formation, nous cherchons à ressentir pour comprendre. Exemple : nos managers formés apprennent à écouter et à ressentir leurs émotions, pour qu'ils puissent ensuite déployer ces compétences avec leurs managés.
Cela procure une communication qualitative et efficace avec les équipes. Des interactions de qualité entraînent une meilleure performance de l'entreprise due à une équipe motivée.

Chez LS Formation, nous souhaitons sensibiliser les acteurs de l'entreprise à l'importance des compétences comportementales, avec des formations.

→ À vous écouter, le manager joue un rôle crucial dans une organisation. Quels sont, selon vous, les avantages d'un manager bien formé ?

Un manager bien formé aura plusieurs avantages :

- Plus de ressources pour générer des relations qualitatives avec son équipe
- Un bien-être dans sa fonction
- Un mieux-être des équipes
- Des capacités d'adaptation
- Une meilleure performance de l'équipe

Il deviendra un manager inspirant et motivant aux yeux de son équipe.

→ Sur votre site internet, vous parlez des nouveaux enjeux RH des entreprises. Quels sont-ils selon vous ?

Les entreprises se montrent de plus en plus collaboratives avec une organisation plus horizontale. De ce fait, il faut trouver un équilibre de fonctionnement et des règles afin d'éviter une organisation déstructurée. Les collaborateurs recherchent de plus en plus d'interactions depuis l'émergence d'Internet. Il faut donc former les personnes à cette dimension relationnelle et à la communication interpersonnelle. Les entreprises en ont conscience mais ne forment pas suffisamment encore leurs collaborateurs sur cette thématique, pensant que les soft-skills sont « innées » ou impossible à obtenir. Or, tout le monde peut travailler ses compétences comportementales.

Les collaborateurs recherchent de plus en plus d'interactions depuis l'émergence d'Internet.

Un café avec Grégory Thomas

Après un début de carrière en banques et les célèbres Cours Florent en parallèle, Grégory Thomas s'est associé à Marc Voisin pour créer LS Formation. La société forme les managers pour qu'ils développent leurs compétences comportementales, à partir, notamment, de techniques issues du théâtre. Aux trois coups de bâton, rencontre avec Grégory.

→ **Vous formez les managers à être de bons communicants. En quoi le manager a-t-il encore un rôle important en communication interne ?**

Selon moi, les managers sont les plaques tournantes de la communication interne. Ils doivent faire circuler les informations de manière engagée à chaque personne concernée. Les managers sont chargés de contribuer à donner du sens aux équipes, en apportant les informations nécessaires au bon déroulement de l'entreprise. Leur rôle est donc crucial au sein d'une organisation.

MERCI GRÉGORY !

PLUS D'INFOS SUR LABELSCÈNE FORMATION :
HTTPS://WWW.LABELSCENE.COM/

Pour vous inscrire à

News interne

et découvrir plus de portraits,

rendez-vous en bas de notre site Internet :

www.exergue-conseil.fr

exergue conseil