



COMMUNICATION INTERNE & management

*Nouveaux acteurs, nouveaux outils
et perspectives*



Journées animées par

André de Marco, professeur et consultant en communication,
ancien directeur de la communication de grands groupes
industriels

Intervenants

Laurent Sabbah
CLUB MÉDITERRANÉE

Stefan Schwarz
ARCELOR MITTAL

Michel Ezran
RENAULT CONSULTING

Yves Duron
NEXTMODERNITY

Jérôme Lascombe
HOPSCOTCH

Laurent Buratti
TRANSFORMANCE

Olivier D'Herbemont
BELLEAVENTURE

Thierry Do Espirito
TdE CONSULTANTS

Michel Abitteboul
FREESCALE
SEMICONDUCTEURS

Guillaume Darsonville
SNCF

Michel-Hubert Jamard
AREVA



Les nouvelles ressources de la communication interne

➔ JEUDI 15 MAI 2008



À qui s'adresse cette formation ?

- Dirigeants d'entreprises
- Directeurs de communication interne
- Responsables des ressources humaines...

Pourquoi assister à cette formation ?

Menacées par une concurrence de plus en plus exacerbée, les entreprises doivent pouvoir s'adapter rapidement au changement, voire en prendre l'initiative. Communication interne et management jouent alors un rôle indispensable :

- d'une part en privilégiant le dialogue entre décideurs et salariés ;
- d'autre part en proposant de nombreux outils et process pour informer, convaincre, motiver et donner un nouvel élan aux initiatives personnelles.

Journées animées par **André de Marco**, professeur et consultant en communication, ancien directeur de la communication de grands groupes industriels

9h15 Accueil des participants

9h30 Introduction

Nouveaux enjeux et nouvelles tendances de la communication interne

- Une demande accrue des chefs d'entreprises pour une communication interne plus performante
- Évolution des attentes et des comportements des salariés
- Interactions croissantes entre communication interne et communication externe
- Avantages et inconvénients des nouvelles technologies de l'information
- Nouveaux outils de diagnostic, d'évaluation et de mesure des résultats

10h30 Dirigeants, RH, Dircom, managers, représentants du personnel, salariés : rôle respectif des différents acteurs

- Quelle communication et dans quel but ?
- Quelle légitimité, quels moyens et quelle influence des différents acteurs dans le processus de communication ?
- Comment concilier décentralisation de la communication, cohésion interne et cohérence des messages ?

André de Marco

11h30 Pause-café

11h45 Étude de cas

Les managers au coeur d'un repositionnement stratégique : l'exemple du Club Méditerranée

- Le rôle central des managers dans la conception et la diffusion des évolutions stratégiques
- Le manager « co-constructeur » du projet d'entreprise
- Le manager porteur de la vision et du sens auprès de ses équipes
- Le manager pièce maîtresse du processus de communication

Laurent Sabbah

Directeur de la communication interne
CLUB MÉDITERRANÉE

12h45 Déjeuner

Les innovations en terme d'outils, les perspectives en terme de communication et de management

14h15 Étude de cas

Quelle utilisation corporate des web télévisions ?

- Comment développer par ce biais un sentiment d'appartenance au groupe ?
- Quel type de message véhiculer et sous quel format ?
- Quelle complémentarité développer avec les autres supports de communication interne ?

Stefan Schwarz

Directeur communication interne
ARCELOR MITTAL

15h00 Étude de cas

Quels outils collaboratifs développer via l'intranet ?

- Retour sur la mise en place d'un intranet collaboratif chez Renault
- Comment le portail intranet permet-il de répondre aux enjeux de l'entreprise ?
- Wikis, blogs, forums, webmails, webconférencing : les nouvelles fonctionnalités de l'intranet, les opportunités en terme de communication

Michel Ezran

Responsable du déploiement Business to Employee
RENAULT CONSULTING

15h45 Pause-café

16h00 Comment transposer les propriétés du web 2.0 à votre communication interne ?

- Comment profiter du web pour développer un espace de partage des connaissances ?
- Communautés d'intérêt ou réseaux sociaux en ligne : quelles perspectives en terme de management collaboratif ?
- Quelles logiques de diffusion de l'information privilégier sur le web ?

Yves Duron

Directeur exécutif
NEXTMODERNITY

17h00 Clôture de la journée



Nouveaux défis & stratégies adaptées

 VENDREDI 16 MAI 2008

9h15 Accueil des participants

9h30 La communication interne : vecteur incontournable du changement

- Économie, emploi, et veille concurrentielle : les enjeux d'un diagnostic des forces et faiblesses de l'entreprise avant le processus de changement
- Apaiser, motiver ou convaincre : quels axes de communication développer selon la teneur du changement ?
- Modernisation, compétitivité, développement d'activités : sensibilisez les salariés aux opportunités liées au changement

Jérôme Lascombe

Président de HOPSCOTCH

&

Laurent Buratti

Président du directoire

TRANSFORMANCE

10h30 Les enjeux d'une adhésion et d'une implication des salariés au projet de l'entreprise

- Managers et salariés ensemble, porteurs d'un même projet
- Comment délimiter le rôle de chacun dans le processus de changement ?
- Comment redéfinir les priorités des salariés et promouvoir une réorganisation des missions ?
- Identifiez et valorisez les initiatives personnelles les plus pertinentes

Olivier D'Herbemont

Président de BelleAventure

Spécialisé en ingénierie humaine et mobilisation d'acteurs

Coauteur de « La stratégie du projet latéral » (Éd. Dunod)

11h30 Pause-café

11h45 Mise sur une stratégie de communication adaptée à la nature du changement

- Retour sur les différents types de changements susceptibles de modifier profondément le fonctionnement d'une entreprise
- Quelles sont les problématiques spécifiques à chacun ?
- Adaptez le rôle des différents communicants selon les problématiques en jeu

Thierry Do Espirito

Directeur Général

TdE CONSULTANTS

Auteur de « La communication de changement » (Éd. CFPJ, 2006)

12h30 Déjeuner

14h00 Étude de cas

Comment fédérer autour d'un changement de marque ?

- L'exemple de Motorola/Freescale. Création d'une marque, changement de cible : quel accompagnement concret des salariés ?
- Quels sont les outils de communication adaptés à chaque étape du changement ?
- Comment accompagner le travail de deuil ?
- Quel lien entre culture d'entreprise, accompagnement du changement et managers ?

Michel Abitteboul

Responsable communication

FREESCALE SEMICONDUCTEURS

15h00 Comment communiquer sur le volet social lié au changement ?

- Fusion, rachat ou réorganisation des services : les différents cas de figure
- Licenciements, réorganisation de l'organigramme et perspectives d'évolution : comment communiquer sur les problématiques d'emploi ?
- Comment intégrer des salariés dotés d'une culture d'entreprise différente et fédérer ces nouvelles équipes autour d'un projet commun ?

15h45 Pause-café

16h00 Communication et gestion de crise : quels sont les bons réflexes en interne ?

- Les différentes sphères d'influence, les différents acteurs de la crise
- L'interne, une cible prioritaire en communication de crise
- Quelles informations, par quels supports ?

Guillaume Darsonville

Direction de la communication

Responsable communication de crise

SNCF

16h45 Étude de cas

Quelles problématiques spécifiques pour un groupe à dimension internationale ?

- Les scénarios de crise, les répercussions en interne
- Comment assurer la cohérence de l'information entre l'interne et l'externe ?
- Quels relais d'information identifier en local : le rôle du manager
- Quels régimes de priorité définir en termes de circulation des flux d'information ?

Michel-Hubert Jamard

Directeur de la communication des activités nucléaires

AREVA

17h30 Clôture de la journée

