



## Premières journées du Plan de gestion stratégique

### Note d'information sur la communication interne

#### Rappel de l'objectif stratégique

---

La conception d'une stratégie de communication interne fait partie de l'objectif *Communiquer efficacement* du Plan de gestion stratégique (PGS). Il s'agit de mettre en place une stratégie de communication interne au sein de l'Organisation fondée sur le principe d'unité, de partage de valeurs et de diversité. Cette stratégie de communication s'appuiera sur deux volets :

- le développement et la mise en œuvre d'un plan d'action ;
- la production d'outils de communication adaptés et la refonte du site Intranet de l'Organisation.

Un groupe de travail sur la communication interne, constitué des différents métiers de l'Organisation, a été mis en place par le Comité de pilotage du PGS le 23 février 2009. Ce groupe de travail, présidé par la Chef du service de communication, rassemble des représentants du Bureau de l'Administrateur, du Service de la communication, de la Division des ressources humaines, des responsables de programmes de la Délégation et des Directions ainsi que le Comité du personnel.

#### Objectifs de l'atelier

---

L'atelier sur la communication interne permettra aux agents d'être informés de l'enquête sur la communication interne que le groupe de travail se propose de mener auprès des employés de l'OIF, au siège et hors siège. Il leur donnera également l'occasion d'échanger plus en détails sur leurs attentes dans ce domaine et de partager leurs expériences.

#### Etat d'avancement des travaux

---

Concernant le mandat de ce groupe de travail, ses membres ont considéré qu'ils pouvaient accompagner de manière proactive et participative le déploiement d'une nouvelle communication interne. Ils ont ainsi établi un recensement exhaustif des outils et un diagnostic de la pratique de la communication interne à l'Organisation. Avant de réfléchir sur l'élaboration de la stratégie, le groupe de travail a proposé d'élaborer une enquête destinée à recueillir la perception et les attentes de tous les agents de l'Organisation en matière de communication interne.

#### Constats

---

La communication interne remplit des fonctions multiples et complémentaires pour accompagner au quotidien chaque agent dans son travail. Elle est d'autant plus importante dans une organisation comme la nôtre implantée sur plusieurs lieux et riche de plusieurs nationalités et métiers. Dans son rapport d'évaluation de notre communication, l'agence *W et Cie* qualifiait les agents de notre Organisation d'« *Une communauté engagée, souvent militante, mais déstabilisée par la période actuelle, qui attend des signes forts* ».

Le recensement des outils de communication interne existants effectué par le groupe de travail fait apparaître notamment :

- un déficit au niveau de l'information sur les activités politiques et de coopération de l'Organisation ;
- une communication plus intense et plus organisée sur les questions administratives dans un sens unilatéral (de haut en bas) ;
- une grande diversité au niveau de la forme des outils, de leur périodicité, de leurs émetteurs, des canaux de diffusion ;
- la disparition fréquente d'outils pertinents ;
- l'absence de synergie entre les différents outils ;
- l'absence de hiérarchisation de l'information ;
- la qualité de certains outils actuellement en service.

Les membres du groupe de travail ont esquissé un diagnostic de cette situation et ont exprimé la nécessité de :

- définir des objectifs clairs ;
- définir le champ de la communication interne (*informer sur quoi ? sur qui ? vers qui ? à quel moment ? par quels vecteurs ?*) ;

- déterminer les publics, leurs spécificités et leurs besoins ;
- identifier les émetteurs ;
- établir une typologie des informations ;
- veiller à la transversalité de la circulation de l'information ;
- veiller à la synergie et à la complémentarité entre les différents outils ;
- identifier les outils adéquats en tenant compte des capacités réelles de production (moyens budgétaires, ressources humaines...).

### Thèmes et déroulement de l'atelier

Horaires	Sous-thèmes	Présidents et Rapporteurs	Déroulement	Documentation
15H00-15H45	<b>Les enjeux de la communication interne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappel des spécificités de l'OIF : une organisation qui remplit des objectifs variés, qui rassemble plusieurs nationalités et métiers répartis dans plus de 10 lieux, etc.</li> <li>- Quels sont les enjeux de la communication interne pour une organisation comme l'OIF?</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction des 3 sous-thèmes de l'atelier</li> <li>- Présentation des spécificités et des enjeux de la communication interne</li> <li>- Débat</li> <li>- Conclusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La fiche projet du PGS relative à la communication interne <a href="http://pgs.francophonie.org/IMG/pdf/C2.pdf">http://pgs.francophonie.org/IMG/pdf/C2.pdf</a></li> <li>- Recommandations pour une stratégie de communications (Agence W&amp;CIE) : <a href="http://pgs.francophonie.org/IMG/pdf/c1_recommandations.pdf">http://pgs.francophonie.org/IMG/pdf/c1_recommandations.pdf</a></li> </ul>
15H45-16H30	<b>Tenir compte des attentes du personnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel diagnostic établir des outils de communication interne existants au sein de l'OIF?</li> <li>- Quels sont les objectifs de l'enquête interne ?</li> </ul>	<b>Présidents :</b> Mahaman Sériba et Patrice Burel  <b>Rapporteurs :</b> Moussa Camara et Anissa Barrak	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation des outils existants et débat</li> <li>- Présentation de la méthodologie à suivre pour l'enquête</li> <li>- Echanges permettant d'affiner la méthodologie et les questions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recensement des outils de communication interne actuels effectué par le groupe de travail</li> <li>- Enquête en ligne sur la communication interne</li> </ul>
16H30-17H30	<b>Les propositions concrètes pour une nouvelle communication interne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des attentes à leur concrétisation : comment passer à l'action ?</li> <li>- Quels impacts en termes d'outils, de circulation de l'information et de moyens ?</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Courte présentation suivie d'échanges à titre de contributions</li> <li>- Calendrier de mise en œuvre</li> <li>- Conclusion</li> </ul>	

### Résultats attendus de l'atelier

Les échanges doivent permettre :

1. de prendre connaissance des enjeux et des spécificités de la communication interne, en général, et pour l'Organisation en particulier ;
2. de recueillir les impressions des agents sur les outils de communication interne existants ;
3. de formuler des propositions concrètes permettant de définir un plan de communication interne adapté (amélioration de la circulation de l'information et des outils, notamment l'Intranet).