

## TÉMOIGNAGE CLIENT

# QUELLE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTERNE A MIS EN PLACE LES CHANTIERS DE L'ATLANTIQUE AVEC STEEPLE ?

### PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE



Les Chantiers de  
l'Atlantique

3300  
collaborateurs

ANNE  
ROUYEYRE

RESPONSABLE COMMUNICATION

ACTIVITÉ  
INDUSTRIE

DATE  
SEPTEMBRE 2020

Acteur historique de la construction navale, Les Chantiers de l'Atlantique regroupent environ 3300 collaborateurs répartis dans 3 business units. L'entreprise compte environ 1100 ouvriers, 1200 techniciens et 1000 ingénieurs et cadres.

Comment une crise a accéléré la mise en place de leur stratégie de communication interne ? Comment garder le lien entre tous les collaborateurs ? Comment innover et créer des contenus de communication interne originaux et pertinents ?

A travers le témoignage d'Anne Rouveyre, responsable de communication des Chantiers de l'Atlantique, vous allez découvrir un exemple inspirant et des **bonnes pratiques de communication interne dans l'industrie.**



## METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTERNE

1

*« La difficulté pour nous, en termes de communication interne, c'est qu'un tiers de nos collaborateurs n'avaient pas forcément accès à un téléphone portable ou un ordinateur »*

Avec la crise sanitaire et les mesures de confinement, explique Anne Rouveyre, **l'activité de l'entreprise a été stoppée de mi-mars à début mai.**

Une partie des collaborateurs a télétravaillé pendant le confinement alors que d'autres étaient en chômage partiel. Au plus fort de la crise, pendant un mois, il n'y avait plus que 200 personnes sur le site (au lieu de 3300 !).

Cette situation inédite a bousculé les habitudes de travail. Pour la plupart des salariés concernés, le télétravail était totalement nouveau. Le service informatique a été très réactif. En deux semaines, il a mis à disposition tout le matériel et les logiciels nécessaires pour permettre aux collaborateurs de continuer à travailler à distance.

A l'arrêt de l'activité, nous avons d'abord communiqué par email. Mais le problème, c'est que certains collaborateurs, en particulier parmi les ouvriers, ne disposaient pas d'une adresse email. Or, nous avons la volonté d'inclure tout le monde, que chaque salarié puisse avoir accès aux informations.

Nous avons donc réalisé un publipostage adressé à l'ensemble du personnel pour annoncer :

- **La création d'une adresse mail pour chaque salarié**
- **La mise en place de Steeple comme outil de communication interne**

***Steeple***

## INNOVER EN COMMUNICATION INTERNE

2

Nous réfléchissions depuis plusieurs mois à mettre en place une **solution de communication interne**.

Les Chantiers de l'Atlantique sont une entreprise qui suscite régulièrement l'intérêt des médias. Aussi nous avons à cœur que les salariés reçoivent les informations directement en interne avant de les apprendre par la presse.

Nous recherchions aussi **une solution qui ne soit pas discriminante** afin que tous nos collaborateurs puissent accéder de la même manière aux informations. Cela correspondait aussi à un souhait des collaborateurs, notamment les plus jeunes, d'avoir un **outil de communication plus moderne**, plus en phase avec leurs usages.

**« Nous avons la volonté de fluidifier l'information en interne, de la diffuser de façon instantanée. Et puis nous cherchions une solution pour réduire la fracture numérique entre les collaborateurs »**

**« La réflexion était déjà bien entamée. Mais, avec le confinement, on a décidé d'accélérer notre lancement de Steeple pour répondre à l'urgence de la crise »**

Jusque-là, nous utilisions un Intranet mais c'était un outil peu ergonomique, plutôt dans une logique de stockage d'information que de diffusion. Et avec la communication papier ou email, il nous manquait le retour statistique sur l'efficacité de nos actions. De plus, la taille de notre site de travail fait qu'il est compliqué de mettre à jour de façon satisfaisant l'affichage dans les ateliers.

QUELLE ORGANISATION POUR

## COMMUNIQUER EN INTERNE ?

3

Comme nous avons lancé Steeple pendant la crise, nous avons d'abord alimenté l'outil avec **3 grandes thématiques** :

- **La mise en place du plan sanitaire**
- **Les informations sur la reprise d'activité**
- **La cybersécurité et le télétravail**




Les rôles se sont répartis de manière très simple et naturelle. Le service communication se charge des publications sur Steeple. Pendant la crise, les services RH et informatiques nous remontaient les informations qu'ils souhaitaient faire passer et nous nous chargeons de la mise en forme et de la diffusion.

Nous organisons les publications sur la base d'un **planning éditorial sur 2 semaines**, validé par la direction générale.

### Les publications-phares

Nous avons diffusé une **interview filmée de notre directeur général**, dans laquelle il expliquait la situation de l'entreprise suite au confinement. Cette vidéo a généré plus de 2000 vues sur Steeple. Pour le directeur, ça a aussi été une prise de conscience que, grâce à la solution, il pouvait adresser un message de façon fluide à l'ensemble des équipes.

Nous sommes aussi partenaires de l'association Elles bougent, qui œuvre pour la place des jeunes femmes dans les métiers techniques. Il était prévu que nous réalisons une vidéo pour l'association. Nous avons **filmé un responsable de bord**. La vidéo a été diffusée sur Steeple puis sur les réseaux sociaux et a généré beaucoup de vues et de likes.



**« Très vite, nous nous sommes rendus compte qu'il fallait faire évoluer nos contenus de communication interne, les rendre plus attrayants »**

Au début, on alimentait Steeple avec les mêmes types de PDF qu'on envoyait auparavant par email. Mais **l'outil nous a aussi poussé à oser, à innover dans les contenus.**

Nous avons réalisé en interne des **vidéos courtes** pour montrer qu'il y avait toujours de l'activité sur le site. Le format a été très apprécié. Sans la crise, on n'aurait pas osé publier des vidéos filmées par smartphone mais, vu les circonstances, on s'est lancé et ça a bien fonctionné.

Maintenant, nous publions aussi de **petites vidéos en motion design** réalisées en internes pour illustrer des thématiques complexes. Nous avons lancé notamment des programmes courts sur la vulgarisation économique (par exemple : comment est calculé notre chiffre d'affaires ?). Nous allons faire la même chose avec le service social.

L'idée, c'est de **se jeter à l'eau, de tester différents formats et de capitaliser sur ce qui fonctionne** pour créer des rendez-vous avec les collaborateurs.

Au fur et à mesure, nous allons vers la **construction d'une véritable stratégie de contenus** avec des rituels dans la semaine :

- Le lundi : informations de l'entreprise
- Le mercredi : publication sur le service HSE
- Le jeudi : message de la DSI

# Les *chiffres* *clés*

**80%**

d'inscrits

**2584**

inscrits sur  
3300 collaborateurs

**90%**

d'utilisateurs actifs

## BILAN ET PERSPECTIVES

5

**La mise en place de Steeple a été très rapide.** Cela s'est fait en quelques jours, en plein confinement.

Dès le début, les collaborateurs ont majoritairement adhéré au projet. Nous avons eu **énormément d'inscrits rapidement** (2584) avec des collaborateurs actifs sur la plateforme. La solution a été très utile pour donner à tout le monde le même niveau d'information et pour maintenir le lien, ce qui est essentiel pour une entreprise qui génère un fort sentiment d'appartenance.

Aujourd'hui, le challenge pour les garder impliqués, c'est de communiquer aussi sur l'outil et ses usages. Nous prévoyons également la **mise en place des tableaux d'affichage tactiles sur le site** pour essayer de capter nos 20 % de non-inscrits. La clé, c'est **d'être à leur écoute et d'adapter les contenus Steeple à leurs besoins et attentes.**

La moitié des ouvriers sont inscrits et sont assez actifs. Ils sont particulièrement sensibles à ce qui touche leur environnement de travail et leur quotidien. Nous avons par exemple partagé sur Steeple une vue par drone de leurs ateliers qui a généré beaucoup d'interactions. C'est très important pour nous qu'ils s'approprient l'outil car c'est la première fois que tous nos collaborateurs ont accès aux mêmes informations.

**« Nous sommes très contents. Steeple a révolutionné notre communication interne. Si c'était à refaire, on le referait sans hésiter mais avec une stratégie de contenus encore plus travaillée »**

Les **fonctionnalités de reporting** de la solution (interactions sur les publications, publications les plus vues, type d'appareil utilisé, ...) permettent de mesurer l'efficacité des contenus et d'ajuster la ligne éditoriale. C'est très précieux pour progresser !

*Steeple*

**PRÊT À RÉINVENTER VOTRE  
COMMUNICATION INTERNE  
AVEC STEEPLE ?**

**DEMANDEZ UNE DÉMO**

*Steeple*

**WWW.STEEPLE.FR**

