



FAIRE VIVRE LE DIALOGUE SOCIAL AVEC LA COMMUNICATION INTERNE

La communication interne sur l'égalité professionnelle permet de faire vivre la démarche dans le temps et de maintenir le niveau d'adhésion des salarié.e.s de l'entreprise.

Sa mise en œuvre implique de déterminer :

- > les interlocuteurs et les interlocutrices de la communication interne
- > les méthodes et les moyens de la communication interne

« Vécu d'un transporteur »

« Par la communication interne, la thématique de l'égalité professionnelle a trouvé toute sa dimension dans l'entreprise »

L'entreprise

Une société de transport, composée de 3 agences, est spécialisée en lots complets et en distribution de petits colis au national et à l'international. Elle gère également des activités logistiques et la location de véhicules industriels avec conducteurs.

Elle a obtenu la certification ISO 9001 qui couvre toutes ses activités ainsi que l'ensemble de ses agences et qui implique un processus de communication interne au sein de l'entreprise. Un audit externe montre une certaine faiblesse dans la communication de l'entreprise.

L'enjeu

Pour renouveler la certification ISO 9001, l'entreprise a dû actualiser son accord égalité professionnelle pour répondre à la nouvelle version de la norme qui intègre des principes de lutte contre les discriminations. Elle a aussi dû le promouvoir par un processus de communication interne.

Pour mener à bien ce projet, l'entreprise décide d'enrichir son processus de communication interne. Celui-ci s'adressera à tous les acteur.trice.s de l'entreprise au travers d'espaces d'expression identifiés. Ce nouveau processus de communication interne a été mis au service de la promotion du nouvel accord égalité professionnelle.

La réponse

Les préconisations de l'audit de certification ont permis à l'entreprise d'initier des actions de communication pragmatiques et faciles à mettre en œuvre dans l'organisation actuelle.

La communication interne liée à l'accord égalité professionnelle est diffusée de manière orale ou écrite. Elle émane de sources clairement identifiées et s'adresse à des interlocuteur.trice.s précis.e.s :

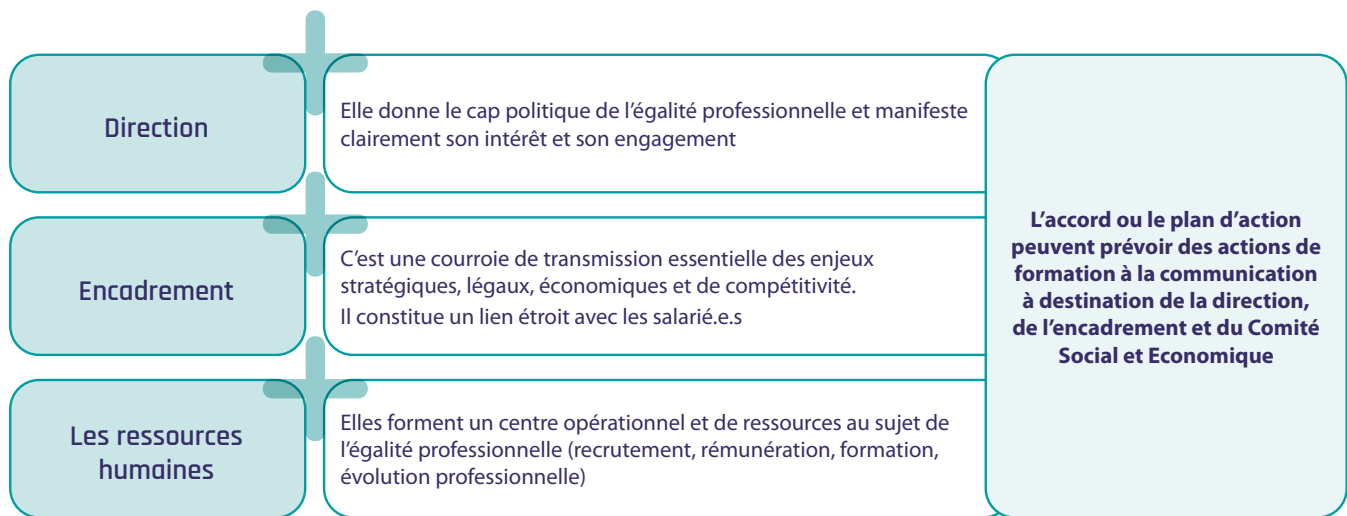
- Points systématiques lors des réunions de service mobilisant l'encadrement.
- Encarts dédiés dans le journal interne destiné à tous les salarié.e.s.
- Suivi systématique du projet au cours des rencontres avec le Comité Social et Economique.



Quelques repères

Les interlocuteurs et les interlocutrices de la communication interne

La communication interne dans le champ de l'égalité professionnelle émane conjointement de la direction, du Comité Social et Economique et des délégué.e.s syndicaux. Elle peut s'appuyer sur trois grandes catégories de relais opérationnels dans l'entreprise, notamment en cas d'absence de service dédié à la communication.



La communication interne a essentiellement pour objet d'alimenter les salarié.e.s et l'encadrement de proximité de l'entreprise. Celle relative à l'égalité professionnelle recouvre deux aspects :

- > **La communication obligatoire.** Elle est régie par les dispositions légales ou conventionnelles.
- > **La communication interne.** Elle est élaborée à partir d'outils et de documents de l'entreprise destinés à tous et à toutes et qui informent de ce qui est mis en œuvre et réussi dans les actions initiées.

Il est donc recommandé de dépasser les discours généraux pour aborder une volonté d'engagements précis, des réalisations concrètes et des pratiques bonnes ou à améliorer de l'entreprise. Il s'agit d'affirmer la cohérence de ses paroles et de ses actes.

Les méthodes et les moyens de la communication interne

Une fois que les interlocuteur.trice.s de la communication ont été identifié.e.s, l'élaboration d'une démarche de communication interne en faveur de l'égalité professionnelle nécessite de se poser trois grandes questions.

> A partir de quoi communiquer ?

- Le diagnostic égalité de l'entreprise
- Le compte-rendu des réunions de la commission égalité professionnelle ou des groupes de travail paritaires
- L'ensemble des documents mis en place par l'entreprise et comportant des données sexuées
- L'accord égalité professionnelle de l'entreprise ou, à défaut, le plan d'action
- Le compte-rendu des réunions de suivi avec le Comité Social et Economique
- La documentation spécifique disponible auprès des partenaires de l'entreprise (guides, articles de presse...) à des fins de contextualisation et de comparaison

> Par quels moyens communiquer ?

- Via la communication écrite obligatoire, notamment
 - Communication, par tout moyen, des articles L. 3221-1 à L. 3221-7 du code du travail, aux personnes ayant accès aux lieux de travail ainsi qu'aux candidats à l'embauche
 - Affichage de l'accord d'entreprise ou du plan d'action
 - Compte-rendu des réunions du Comité Social et Economique
 - Mise à disposition, auprès du CSE, de la base de données économiques et sociales...
- Via la communication écrite facultative
 - Ecriture d'articles dans le journal interne ou dans les lettres aux encadrant.e.s
 - Élaboration de notes d'information sur la démarche
 - Diffusion d'un livret d'accueil prévoyant un chapitre égalité professionnelle
 - Affichage des valeurs de l'entreprise via les brochures commerciales
 - Exploitation du site Internet ou du site Intranet de l'entreprise...
- Via la communication orale, au sein des espaces informels de dialogue social
 - Réunions plénières
 - Réunions de service
 - Comité de direction
 - Comité de retour d'expérience
 - Groupe projet
 - Groupe de travail
 - Réunions institutionnelles avec le CSE
 - Formations internes
 - Réunions conducteur.trice.s...

> Avec quel rythme de communication ?

- Dès le début de la démarche, après concertation avec les représentant.e.s du personnel
- Tout au long de la mise en place du projet
- Dès que l'accord est signé ou dès que le plan d'action élaboré à défaut d'accord a été soumis, si cela est nécessaire, au Comité Social et Economique
- Après toute réunion de suivi du projet, en particulier si une commission égalité est en place
- A chaque fois qu'une action apparaît innovante ou couronnée de succès



+ Pour aller plus loin...

La communication interne au service de la communication externe

➤ La communication externe a un impact immédiat sur l'économie de l'entreprise :

- Elle valorise l'image de l'entreprise et donc sa notoriété auprès de sa clientèle et de ses fournisseurs.
- Elle lui ouvre l'accès à des marchés auxquels elle ne pouvait pas postuler (marchés publics et grands donneurs d'ordre).
- Elle permet de conduire des démarches sociétales et environnementales.

➤ En communiquant en externe sur des réalisations et engagements concrets en matière d'égalité professionnelle, l'entreprise a l'occasion :

- De démontrer sa responsabilité sociétale auprès de ses partenaires commerciaux et de ses interlocuteurs territoriaux (institutions, élu.e.s locaux...).
- D'établir auprès de ces mêmes acteurs et actrices son exemplarité en attestant de son respect de la légalité et en mettant en cohérence ses valeurs et ses pratiques.
- De renforcer son attractivité auprès des candidat.e.s potentiel.le.s à l'embauche, notamment lorsque l'entreprise rencontre des difficultés de recrutement.

➤ La communication externe de l'entreprise dans le champ de l'égalité professionnelle s'appuie sur les interlocuteur.trice.s et les méthodes de la communication interne. Elle se décline en deux parties :

- La communication de recrutement qui mobilise :
 - les offres d'emploi de l'entreprise,
 - les relations entretenues avec les écoles et les organismes de formation,
 - la présence aux salons d'emploi et de formation,
 - les réseaux sociaux professionnels.
- La communication institutionnelle qui utilise :
 - le site Internet de l'entreprise pour afficher des engagements et des résultats significatifs,
 - des publications spécifiques dédiées à la clientèle, aux fournisseurs ou aux partenaires.



Support élaboré par :



egalite.aft-dev.com

➤ rubrique Je formalise un plan ou un accord égalité

➤ parcours Réussir la négociation