

BRIEFING : un canal bouché !

L'importance de la communication dans l'entreprise n'est plus à démontrer. Dans un environnement modifié par les règles sanitaires où tout va de plus en plus vite, la façon actuelle de communiquer est-elle encore adaptée à nos besoins ?

Ce que dit le référentiel de communication :

	Source	Expert	validation	Autonomie RU
Info production	RG, <u>FA</u>	RG, <u>FA</u>	RG	1/3 RG; 2/3 RU
Info événementielles	80 % com, <u>FA</u> 20% RU	Com, <u>FA</u>	Com ou RG	20 % RU
Info sujet de fond	100% Direction via RG	Com, <u>FA</u>	Dir	0 % RU
Infos préventives	100 % Direction, <u>FA</u> via RG	Com, <u>FA</u>	Dir	0 % RU
Vie de l'équipe	RU / équipe / RG	RU		100 % RU

La démultiplication de l'information vers les salariés de production est supportée par deux principaux canaux :

LE BRIEFING RU

Il est quotidien et devrait être consacré à 100 % à la vie de son équipe et aux résultats de la veille.

LE RDV COM

Il est organisé une fois par mois (quand il n'est pas annulé). Il devrait regrouper toutes les informations non communiquées en briefing et notamment celles concernant le site, le groupe ou les infos issus du CSE.

A Mulhouse, nous avons un rituel management permettant aux RU de préparer ce RDV Com. Il est essentiel de bien comprendre le message avant de le délivrer.

Mais est-ce suffisant ?

Pour la CFE-CGC, la réponse est clairement NON !

Le Briefing d'une durée de 3 minutes ne peut pas être le fourre-tout de la communication.

Le RU, face à son équipe, est le dernier maillon de la chaîne de la communication direction. Il ne peut être tenu pour responsable du message délivré.

Les RU ne sont pas recrutés sur leur compétence en communication, mais sur leurs aptitudes à gérer une équipe.

La **CFE-CGC** demande à la Direction d'adapter sa communication au contexte de transformation du site.

La **CFE-CGC** propose des pistes de réflexions :

- ⇒ Cadrer clairement les informations devant être transmises par le RU dans son Briefing.
- ⇒ Profiter des opportunités digitales afin de proposer de la communication en continu (ex : écran UEP).
- ⇒ S'assurer que chaque manager dispose bien des supports d'affichage Com et des moyens de sonoriser son UEP.
- ⇒ Participer à des briefings pour identifier les éventuels freins et leviers de progrès (N+1, Fonction d'appui).

Il est facile d'écrire dans l'accord Motivation et Bien Etre : « consacrer le temps nécessaire à la communication, à l'accompagnement auprès des salariés et impliquer au bon niveau et au bon moment les différents acteurs le plus en amont possible ».

Il est maintenant temps de mettre en pratique la théorie ...

« Entre ce que je pense, Ce que je veux dire, Ce que je crois dire, Ce que je dis, Ce que vous avez envie d'entendre, Ce que vous entendez, Ce que vous comprenez... il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer. Mais essayons quand même ... » Bernard WERBER



CONSTRUIRE LE FUTUR ENSEMBLE !

