

Le 21 octobre 2013

Communiqué de presse

Baromètre Afc-ANDRH-Inergie 2013 sur la communication managériale

Les managers investis dans la communication interne, mais exprimant une forte attente d'accompagnement dans cette mission, ainsi qu'un réel engagement de leur direction générale

Le Baromètre 2013 confirme un élément déjà présent dans les précédentes éditions : la quasi-totalité des managers (98%) a bien intégré la communication interne. Ils communiquent principalement avec leurs équipes pour donner du sens à l'action (pour 81% d'entre eux), rester à l'écoute et maintenir le lien et le dialogue (pour 70%).

Preuve de cette place de la communication managériale, les managers consacrent 1/5^{ème} de leur temps à cette mission. Ils sont 70% à estimer avoir un rôle important dans la communication interne. Si 42% d'entre eux considèrent la communication interne comme un levier de performance, ils s'estiment pourtant peu incités par leur entreprise à s'y investir. Leur mission de communication n'est pas, selon eux, encore assez intégrée par l'entreprise dans le cadre d'une vraie recherche de performance :

- **53% seulement pensent que leur direction générale est exemplaire en matière de communication,**
- **55% trouvent la stratégie de leur entreprise motivante,**
- **46% ont des objectifs liés à leurs pratiques en matière de communication,**
- **51% ont cette mission intégrée dans leur évaluation annuelle.**

Comment faire en sorte que la communication managériale soit perçue comme un levier de performance ?

Trois axes de travail se dégagent du baromètre :

- 1) « *Il apparaît essentiel de développer l'exemplarité des dirigeants en matière de communication interne et aussi d'associer davantage les managers à des échanges sur la stratégie* », souligne Luc Vidal, directeur général d'Inergie. « *En effet, seuls 37% des managers, et 59% des top-managers, sont consultés lors de l'élaboration de celle-ci et ils ne sont que 67% à échanger ce sujet avec leur hiérarchie.* »

./..

- 2) « Si la mission de communication est de plus en plus présente dans les référentiels managériaux, elle l'est encore peu dans les objectifs individuels et dans les dispositifs d'évaluation. Or, les managers étant sollicités sur de plus en plus de sujets, le risque est que cette mission soit perçue par eux comme "souhaitée" mais non indispensable. Il faut donc mieux l'inscrire dans les processus RH », recommande Pierre Havet, président de l'ANDRH Ile-de-France.
- 3) « 54% des managers nous disent attendre une information plus pédagogique des directions RH et communication interne. Et 34% estiment que l'information leur arrive tardivement », relève Guillaume Aper, président de l'Afci. « Pour les équipes de communication interne, il est donc essentiel de pouvoir préparer bien en amont les contenus de communication et de s'assurer qu'ils sont facilement "appropriables" ».

En conclusion, comme le souligne Jean-Christophe Sciberras, président national de l'ANDRH, « Il est indispensable que la communication managériale soit un véritable projet transverse, mobilisant la Direction générale, la Communication et les Ressources humaines. Cela permettra aux managers d'assurer cette mission non pas comme une injonction supplémentaire, mais comme une véritable opportunité d'efficacité managériale, d'atteinte de leurs objectifs et de développement personnel. »

Rappel :

La communication managériale est une communication portée directement par les managers, en vue de mobiliser leurs collaborateurs au service de la performance économique et sociale de leur entreprise (source Afci – 2013).

Contact presse : Olivier Casabielhe – Agence H+K Strategies

Tél : 01 41 05 44 33 – olivier.casabielhe@hkstrategies.com

A propos de :

Créée en 1989, l'**Association française de communication interne (Afci)**, réunit plus de 480 membres, professionnels de la communication exerçant dans des organisations publiques et privées, consultants et universitaires. Réseau de professionnels, réservoir de compétences et d'expériences, espace de réflexion et d'échanges au carrefour des évolutions de la communication des organisations, l'Afci s'est donné trois missions : professionnaliser, échanger, rayonner. www.afci.asso.fr – contact : Aurélie Renard – arenard@afci.asso.fr

Créée en 1947, l'**ANDRH** est une association loi 1901 au service des professionnels des ressources humaines, représentant les entreprises et organisations de tous secteurs d'activité et de toutes tailles, publiques et privées, nationales et internationales. Avec plus de 5 000 membres, rassemblés en 80 groupes locaux, l'ANDRH est aujourd'hui la communauté de référence dans le débat RH. Elle a pour mission d'échanger les bonnes pratiques et développer le professionnalisme de ses adhérents, promouvoir la contribution de la fonction RH à l'amélioration des performances des organisations publiques et privées et représenter les DRH auprès des pouvoirs publics, des médias et des partenaires sociaux. www.andrh.fr - contact : Nathalie Tran – ntran@andrh.fr

Inergie est un cabinet indépendant de conseil en management, communication et opinion interne. Il a pour vocation de développer l'efficacité relationnelle au sein des organisations et dispose d'équipes spécialisées sur deux pôles d'expertise.

Le pôle Management a pour ambition de faire du management de la relation un levier d'efficacité : faire évoluer les perceptions des managers et émerger des pratiques nouvelles, concevoir et mettre en œuvre des dispositifs de management relationnel, développer les compétences relationnelles des managers...

Le pôle Opinion, spécialisé dans les démarches d'écoute au sein des entreprises, a pour ambition de faire de l'écoute interne un levier de mobilisation : mise en œuvre d'études qualitatives et quantitatives, baromètres de climat interne, audits de communication interne, évaluation des relations interservices, des compétences managériales ou du bien-être au travail... www.inergie.com – contact : Jon-Pang Tho – jptho@inergie.com