



**OCCURRENCE**

# ENQUETE METIER AFCI - OCCURRENCE 30 ans de communication interne !

Avril 2019

Date 13/03/19  
Auteurs Pierre CHAVONNET  
01 48 24 69 49  
pierre.chavonnet@occurrence.fr  
Andréa ROBERTO  
01 48 24 39 05  
andrea.roberto@occurrence.fr

Occurrence est  
**certifiée**  
**ISO 9001**  
depuis 2004



# Sommaire

>	Contexte et méthodologie	3
1	Parcours et employeur du communicant interne	4
2	L'exercice du métier de communicant interne et ses moyens	18
3	Les enjeux de la communication interne	25
4	A retenir	41

# Méthodologie de l'enquête

- Une **enquête on-line** a été conduite **entre le 13 mars et le 4 avril 2019**.
- **367** répondants travaillant dans la communication interne ont répondu au questionnaire.
- Pour cette étude la marge d'erreur maximale est de **5,1 points**. A noter que 254 personnes avaient répondu en 2012, soit une marge d'erreur de 6,2 points.
- Une **évolution significative d'un résultat par rapport à 2012** est indiquée comme suit :
  - ↗ : augmentation significative du résultat
  - - : le résultat n'évolue pas compte tenu des marges d'erreur
  - ↘ : diminution significative du résultat

## ■ Les différences significatives par profil :

- type de communication gérée,
- sexe,
- âge,
- périmètre d'intervention,
- membre du CoDir ou non,
- manager ou non,
- secteur d'intervention de l'entité (public, privé),
- taille de l'entreprise,
- entreprise en France ou à l'étranger,
- membres de l'AFCI ou non,
- dispose d'un budget ou non,
- dispose d'un réseau social ou non),

sont **indiquées dans les slides** (sous forme de tableau ou directement en encadré).



OCCURRENCE

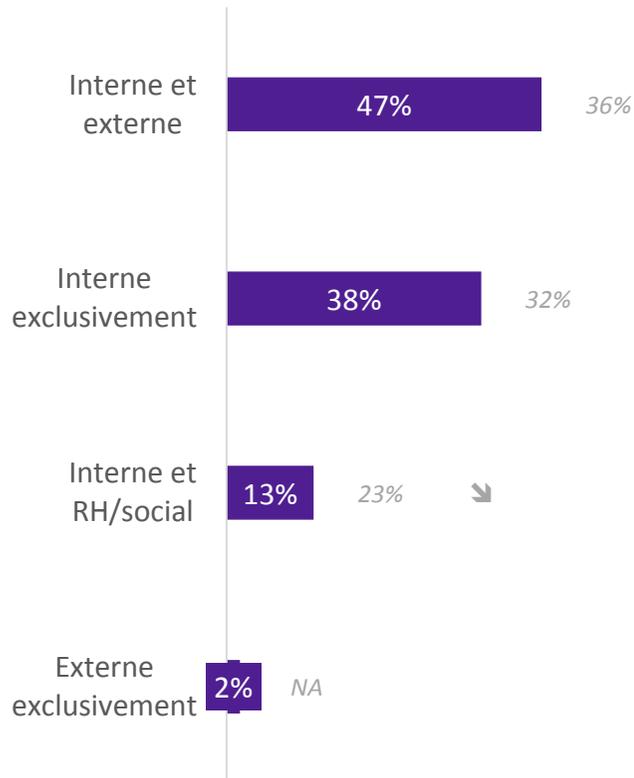
# Parcours et employeur du communicant interne



# Une fonction très majoritairement féminine

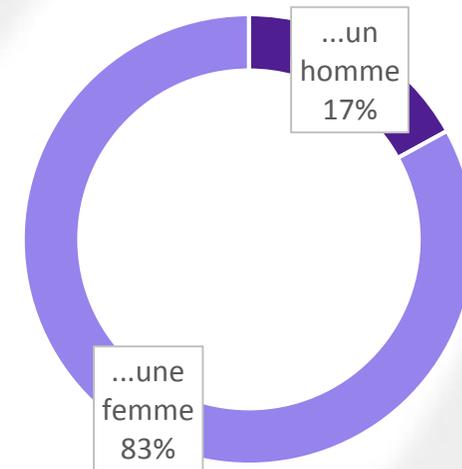
## ■ Q1. Vous exercez une responsabilité de communication... ?

■ QCU – Base : 375 répondants – *Résultats de 2012*



## ■ Q2. Vous êtes ...

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Résultats de 2012*

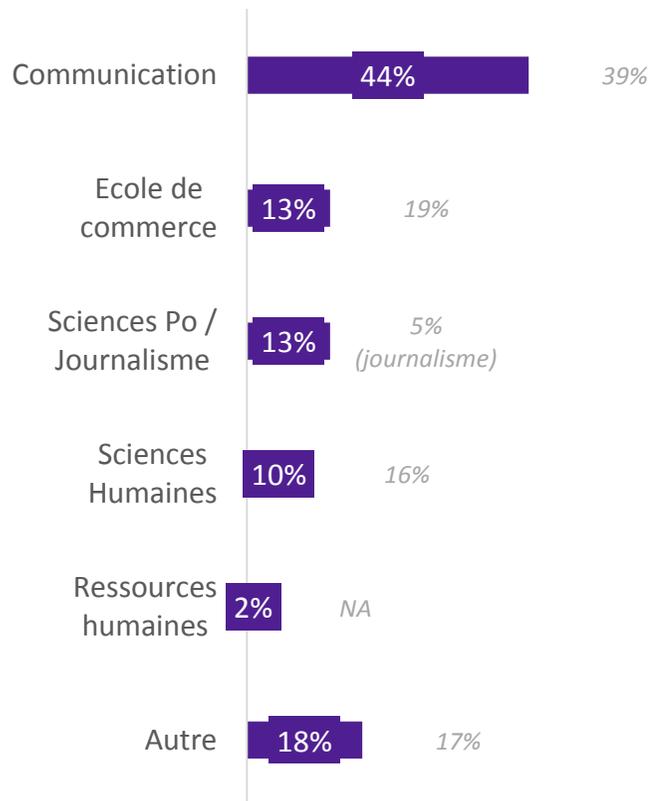


	2012	2019	Δ
Homme	24%	17%	-
Femme	75%	83%	-

# Des répondants en moyenne plus mûrs et plus spécialistes de la communication

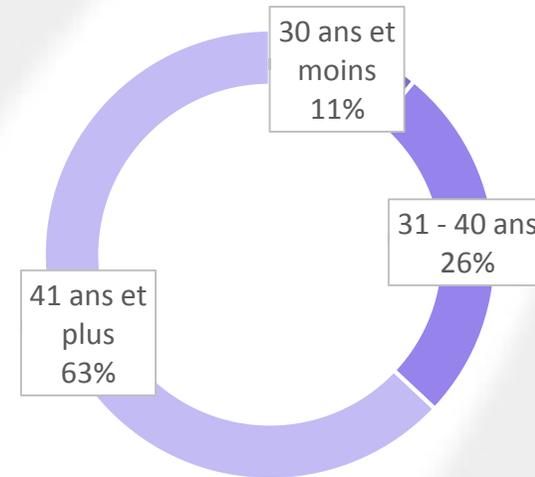
## ■ Q4. Quelle est votre formation initiale

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – Résultats de 2012



## ■ Q3. Quel âge avez-vous ? ...

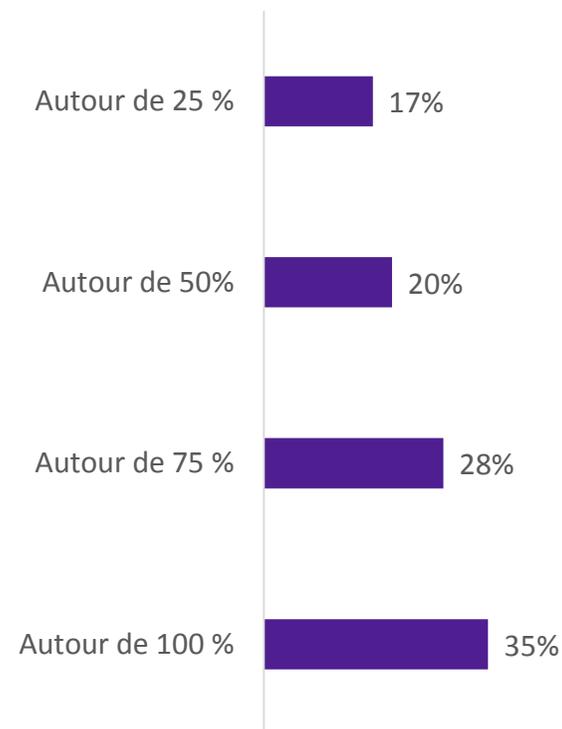
■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – Résultats de 2012



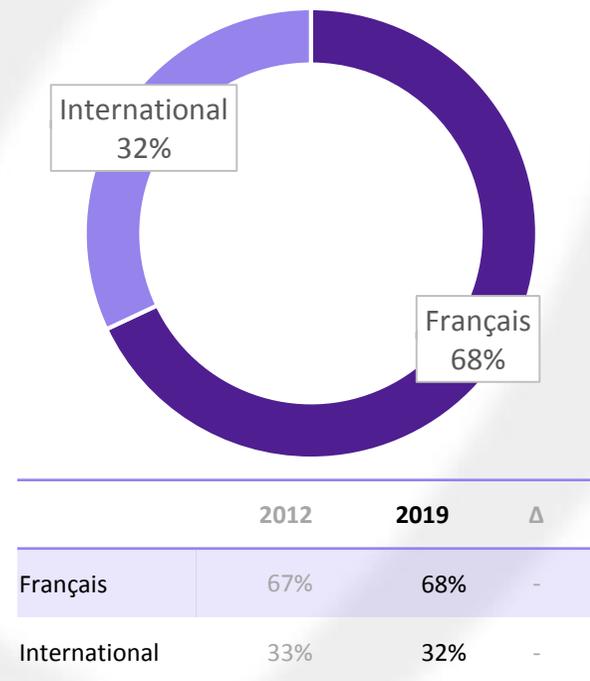
	2012	2019	Δ
30 ans et moins	10%	11%	-
31 - 40 ans	40%	26%	↘
41 ans et plus	49%	63%	↗

# Une fonction dédiée à la communication interne pour plus d'1 répondant sur 3

- Q8. Quelle part de votre temps de travail les activités ou missions qui se rapportent à la communication interne occupent-elles ?
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Question non posée en 2012*



- Q6. Votre périmètre d'intervention est...
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Résultats de 2012*



# Profil : tris croisés

- Q8. Quelle part de votre temps de travail les activités ou missions qui se rapportent à la communication interne occupent-elles ?
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Question non posée en 2012*

	Global	Interne et externe	Interne et RH/social	Interne exclusivement	...un homme	...une femme	Membre du CoDir	Non membre du CoDir	Manager	Non manager
Autour de 25 %	17%	27%	12%	6%	16%	17%	25%	14%	19%	15%
Autour de 50%	20%	36%	14%	4%	19%	21%	31%	16%	24%	16%
Autour de 75 %	28%	33%	37%	18%	44%	24%	28%	28%	31%	24%
Autour de 100 %	35%	4%	37%	73%	22%	38%	16%	42%	27%	45%

	Global	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	Membres (présent ou passé) de l'AFCI	Non membres de l'AFCI	Dispose d'un budget	Ne dispose pas d'un budget
Autour de 25 %	17%	39%	11%	11%	9%	8%	27%	10%	30%
Autour de 50%	20%	30%	18%	14%	20%	19%	22%	18%	25%
Autour de 75 %	28%	22%	24%	33%	32%	31%	24%	31%	22%
Autour de 100 %	35%	10%	47%	42%	40%	42%	27%	41%	23%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

Résultat très supérieur au résultat global

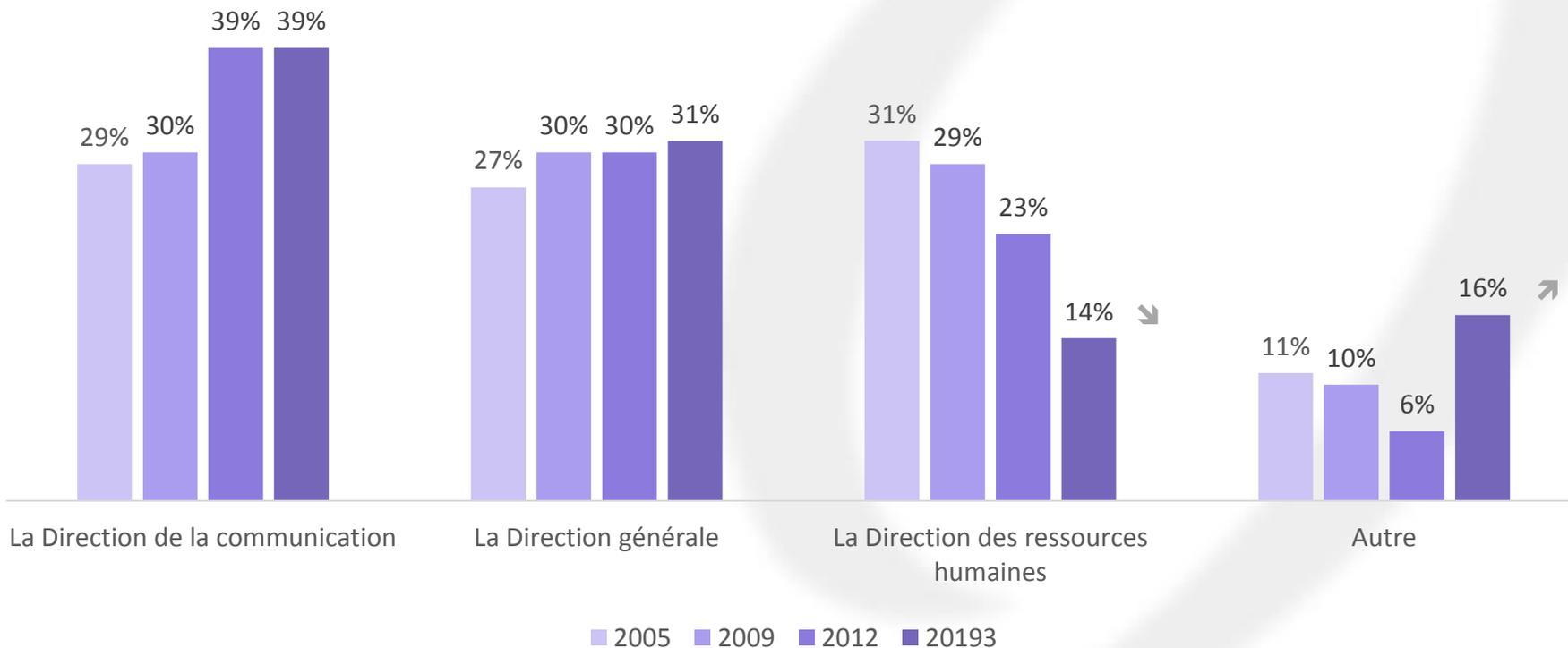


**Lecture :** les répondants non membres du CoDir sont 42% à consacrer tout leur temps à des activités ou missions qui se rapportent à la communication interne. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).

# Un rattachement de la communication interne qui reste majoritairement à la Dircom et qui se diversifie

## ■ Q7. Vous êtes rattaché(e) hiérarchiquement à... ?

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes)



# Profil : tris croisés

- Q7. Vous êtes rattaché(e) hiérarchiquement à... ?
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes)

	Global	Interne et externe	Interne et RH/social	Interne exclusivement	Membre du CoDir	Non membre du CoDir	Manager	Non manager
La Direction de la communication	39%	30%	35%	52%	18%	47%	36%	43%
La Direction des RH	14%	6%	43%	16%	11%	16%	15%	14%
La Direction générale	31%	46%	10%	19%	57%	21%	37%	23%
Autre	16%	19%	12%	13%	14%	16%	11%	21%

	Global	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	Membres (présent ou passé) de l'AFCI	Non membres de l'AFCI	Dispose d'un budget	Ne dispose pas d'un budget
La Direction de la communication	39%	15%	41%	44%	53%	45%	32%	46%	26%
La Direction des RH	14%	9%	19%	19%	12%	16%	12%	19%	7%
La Direction générale	31%	51%	30%	22%	22%	24%	39%	23%	45%
Autre	16%	25%	10%	15%	13%	14%	17%	12%	22%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

Résultat très supérieur au résultat global

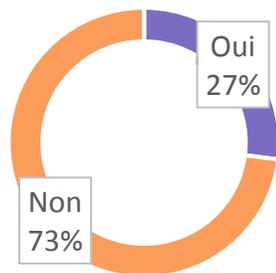


**Lecture :** les répondants qui font exclusivement de l'interne sont 52% à être rattachés à la direction de la communication. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).

# Une part de managers stable et deux tiers des équipes ayant un effectif inférieur à 5 équivalents temps plein

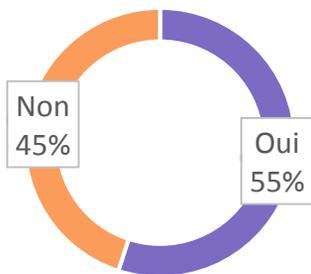
- Q9. Etes-vous membre du comité de direction de votre entité ?

- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Question non posée en 2012*



- Q10. Encadrez-vous une équipe ?

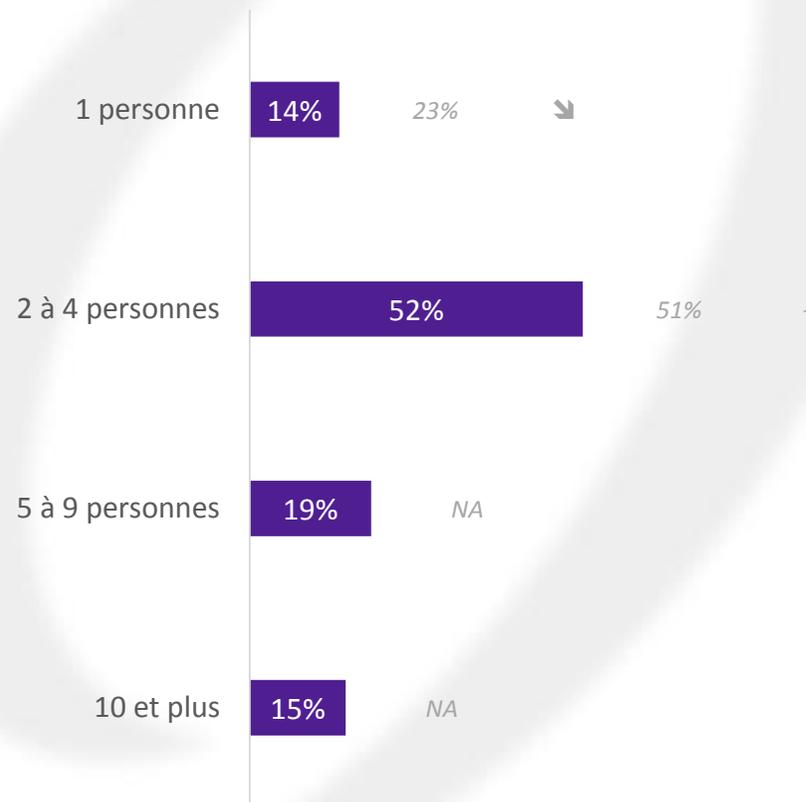
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Résultats de 2012*



	2012	2019	Δ
Encadrants	58%	55%	-

- Q11. Quel est l'effectif de votre service en équivalents temps plein ?

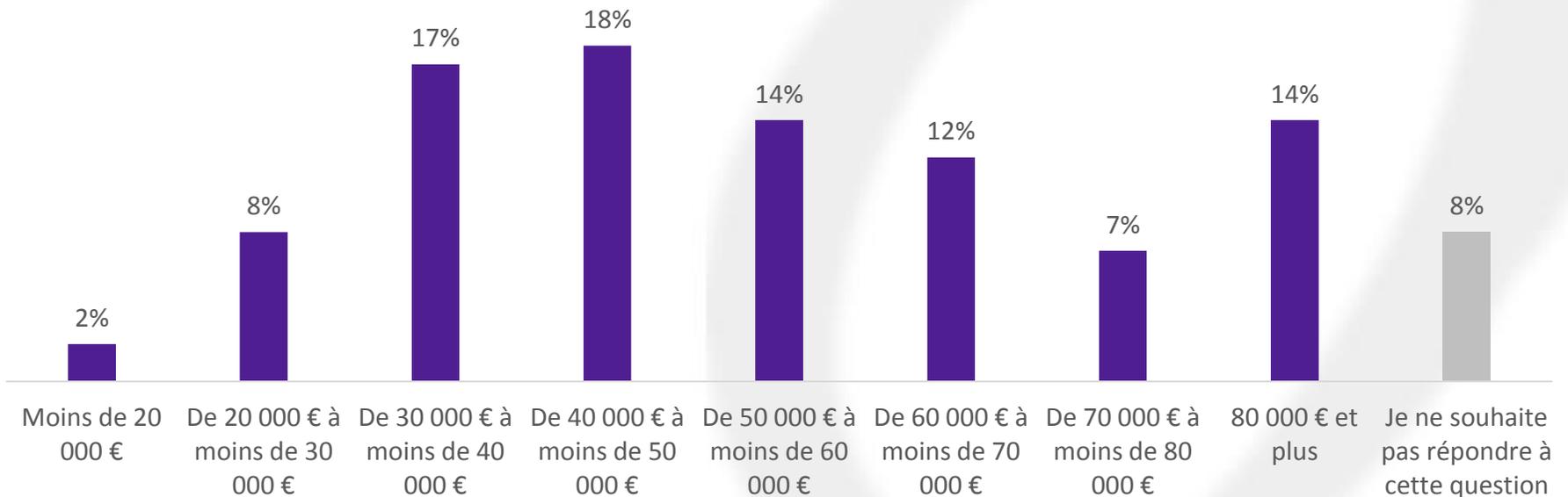
- QCU – Base : 203 répondants (Encadrants) – *Résultats de 2012*



# Une rémunération qui tient compte des parcours et des tailles des organisation

## ■ Q12. Quelle est votre rémunération brute annuelle (primes et avantages inclus) ?

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Pas de comparaison possible, les modalités ayant évolué*



**Lecture** : si on compare ces chiffres à l'étude Com-Ent / Occurrence 2019 pour le Guide des Rémunérations dans la Communication, ils correspondent aux standards des différentes fonctions existantes à partir du seuil des 30 000 €. C'est-à-dire que 10% des répondants ont donc une rémunération inférieure à la moyenne déclarée pour le poste d'assistant.e de communication de 30 433€ (hors fonctions studio graphique).

# Profil : tris croisés

## ■ Q12. Quelle est votre rémunération brute annuelle (primes et avantages inclus) ?

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Pas de comparaison possible, les modalités ayant évolué*

	Global	30 ans et moins	31 - 40 ans	41 ans et plus	Périmètre Français	Périmètre International	Membre du CoDir	Non membre du CoDir	Manager	Non manager	Au secteur associatif /Au secteur public	Au secteur privé
Moins de 20 000 €	2%	12%		2%	2%	3%	4%	2%	1%	4%	3%	2%
De 20 000 € à moins de 30 000 €	8%	17%	10%	6%	11%	3%	4%	10%	3%	15%	16%	5%
De 30 000 € à moins de 40 000 €	17%	34%	19%	13%	21%	8%	13%	18%	11%	24%	23%	13%
De 40 000 € à moins de 50 000 €	18%	22%	23%	15%	19%	15%	11%	21%	12%	26%	16%	19%
De 50 000 € à moins de 60 000 €	14%	12%	19%	12%	14%	12%	11%	15%	15%	12%	10%	16%
De 60 000 € à moins de 70 000 €	12%		11%	15%	11%	14%	18%	10%	15%	9%	9%	14%
De 70 000 € à moins de 80 000 €	7%		7%	7%	6%	8%	8%	6%	9%	4%	5%	7%
80 000 € et plus	14%		2%	21%	7%	28%	20%	11%	24%	1%	7%	17%
Je ne souhaite pas répondre à cette question	8%	2%	9%	9%	8%	8%	11%	7%	9%	7%	10%	7%

	Global	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	France	Hors France	Membres (présent ou passé) de l'AFCI	Non membres de l'AFCI
Moins de 20 000 €	2%	8%			2%	2%	3%	1%	4%
De 20 000 € à moins de 30 000 €	8%	13%	12%	11%	2%	9%	3%	5%	13%
De 30 000 € à moins de 40 000 €	17%	30%	17%	11%	11%	18%	7%	11%	23%
De 40 000 € à moins de 50 000 €	18%	14%	27%	19%	15%	18%	13%	19%	16%
De 50 000 € à moins de 60 000 €	14%	11%	14%	16%	13%	14%	7%	15%	11%
De 60 000 € à moins de 70 000 €	12%	8%	12%	15%	14%	12%	13%	14%	10%
De 70 000 € à moins de 80 000 €	7%	2%	2%	5%	13%	5%	20%	5%	8%
80 000 € et plus	14%	7%	10%	11%	23%	14%	10%	21%	5%
Je ne souhaite pas répondre à cette question	8%	8%	6%	11%	8%	7%	23%	7%	9%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

Résultat très supérieur au résultat global

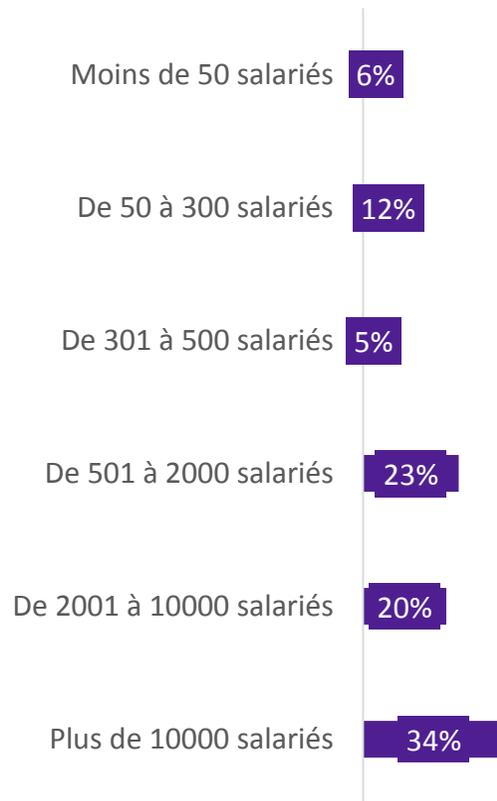


**Lecture :** les répondants qui ont 30 ans ou moins sont 43% à gagner entre 30 et 40 K€. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).

# 23% des répondant animent la communication interne dans des organisations et entreprises de moins de 500 salariés

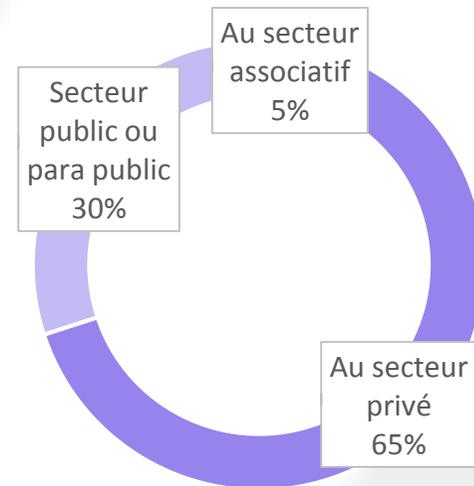
## ■ Q14. Votre entreprise / organisation compte...

- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Données de 2012 non disponibles*



## ■ Q13. Votre entreprise / organisation appartient...

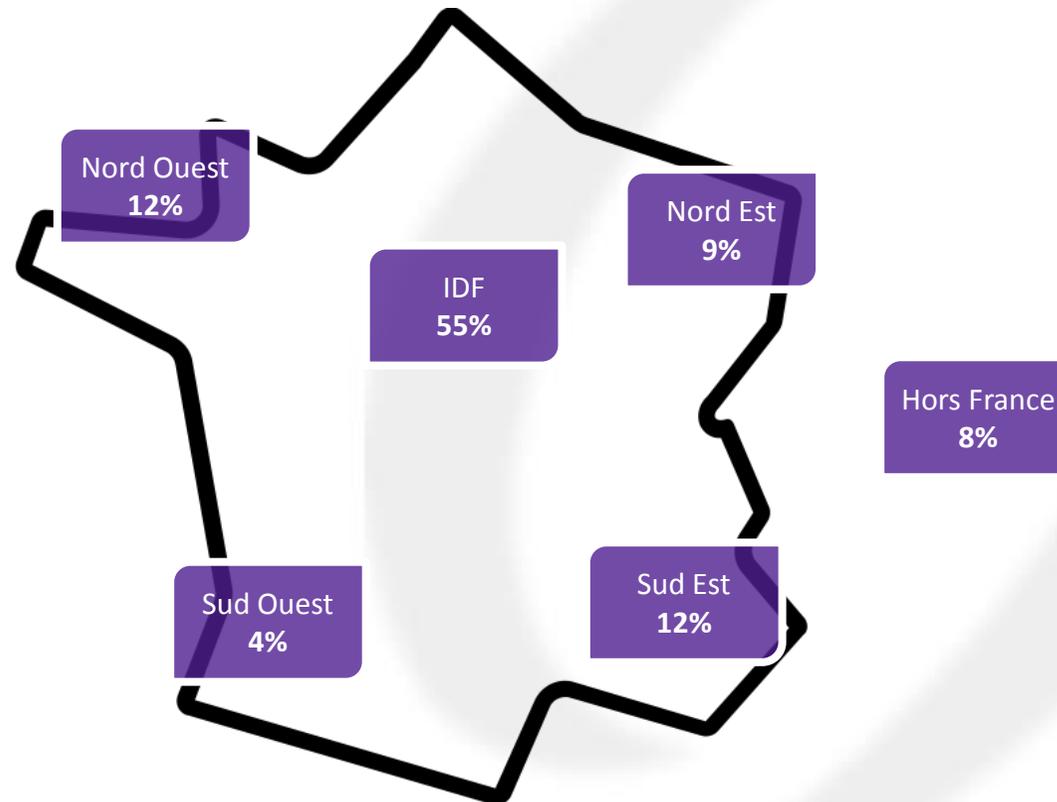
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Données de 2012 non disponibles*



# Une répartition géographique des répondants pour laquelle prédomine la région francilienne

■ Q15. Dans quel département ou pays travaillez-vous ?

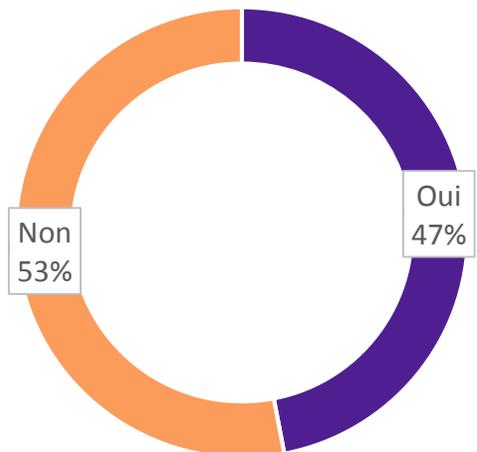
■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Données de 2012 non disponibles*



# Plus d'1 répondant sur 2 est ou a été membre de l'AFCI

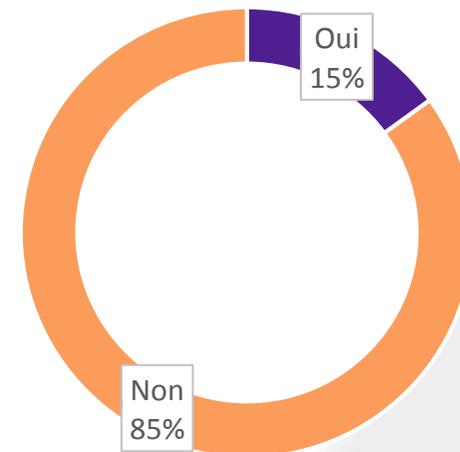
## ■ Q16. Aujourd'hui, êtes-vous membre de l'AFCI ?

- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Données de 2012 non disponibles*



## ■ Q17. Si non, avez-vous déjà été membre de l'Afci antérieurement ?

- QCU – Base : 195 répondants (non membres) – *Données de 2012 non disponibles*



# Profil : tris croisés

## ■ Q16 et Q17. Membres (présent ou passé) de l'AFCI

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Données de 2012 non disponibles*

	Global	Interne et externe	Interne et RH/social	Interne exclusivement	30 ans et moins	31 - 40 ans	41 ans et plus	Périmètre Français	Périmètre International	Manager	Non manager
Membres (présent ou passé) de l'AFCI	54%	47%	61%	62%	37%	50%	60%	51%	63%	63%	45%
Non membres de l'AFCI	46%	53%	39%	38%	63%	50%	40%	49%	37%	37%	55%

	Global	Au secteur associatif /Au secteur public	Au secteur privé	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	France	Hors France	Dispose d'un budget	Ne dispose pas d'un budget
Membres (présent ou passé) de l'AFCI	54%	47%	59%	27%	59%	59%	69%	58%	23%	63%	40%
Non membres de l'AFCI	46%	53%	41%	73%	41%	41%	31%	42%	77%	37%	60%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

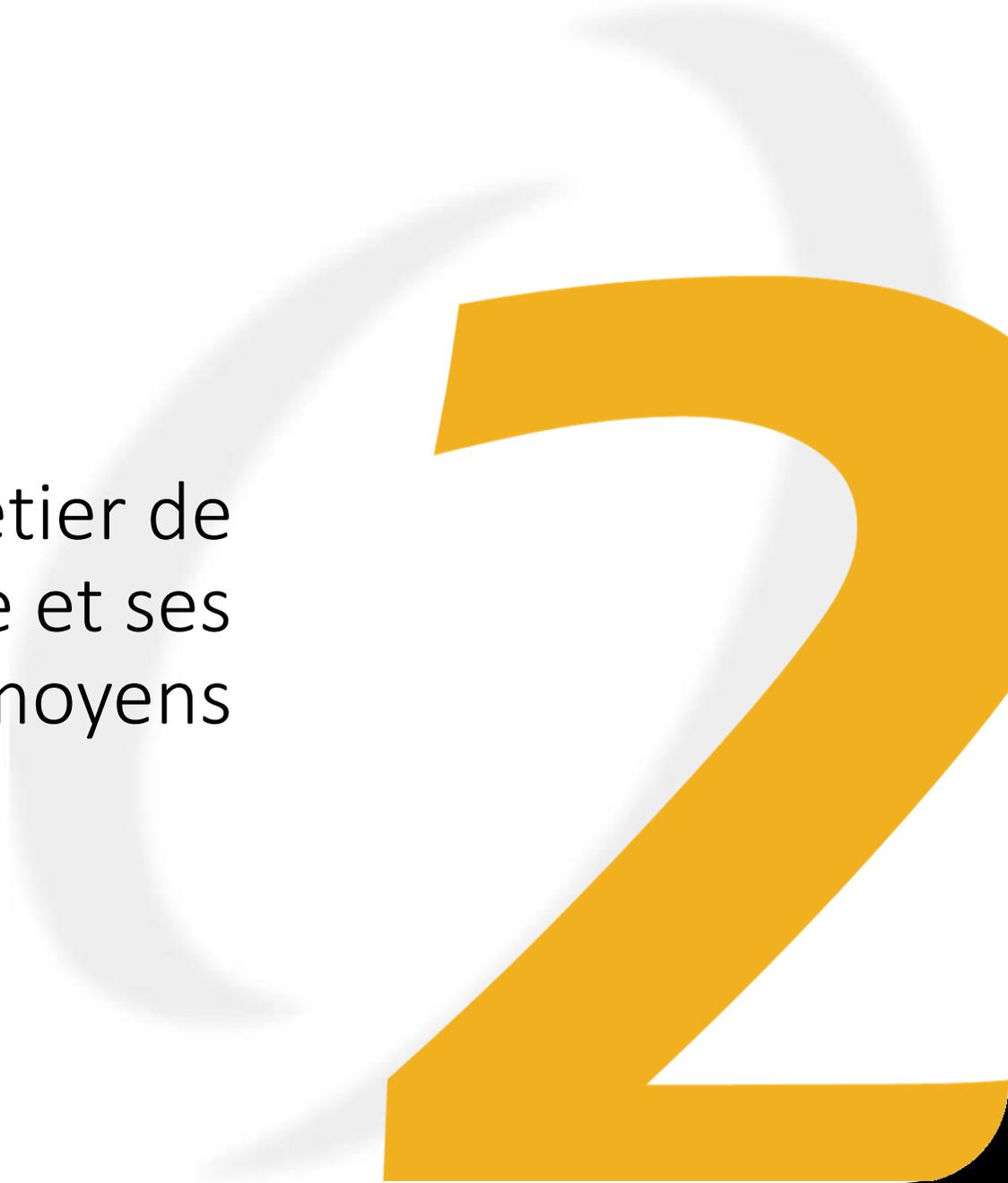
Résultat très supérieur au résultat global

**Lecture :** les répondants qui font exclusivement de l'interne sont 62% à être membre de l'AFCI. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).



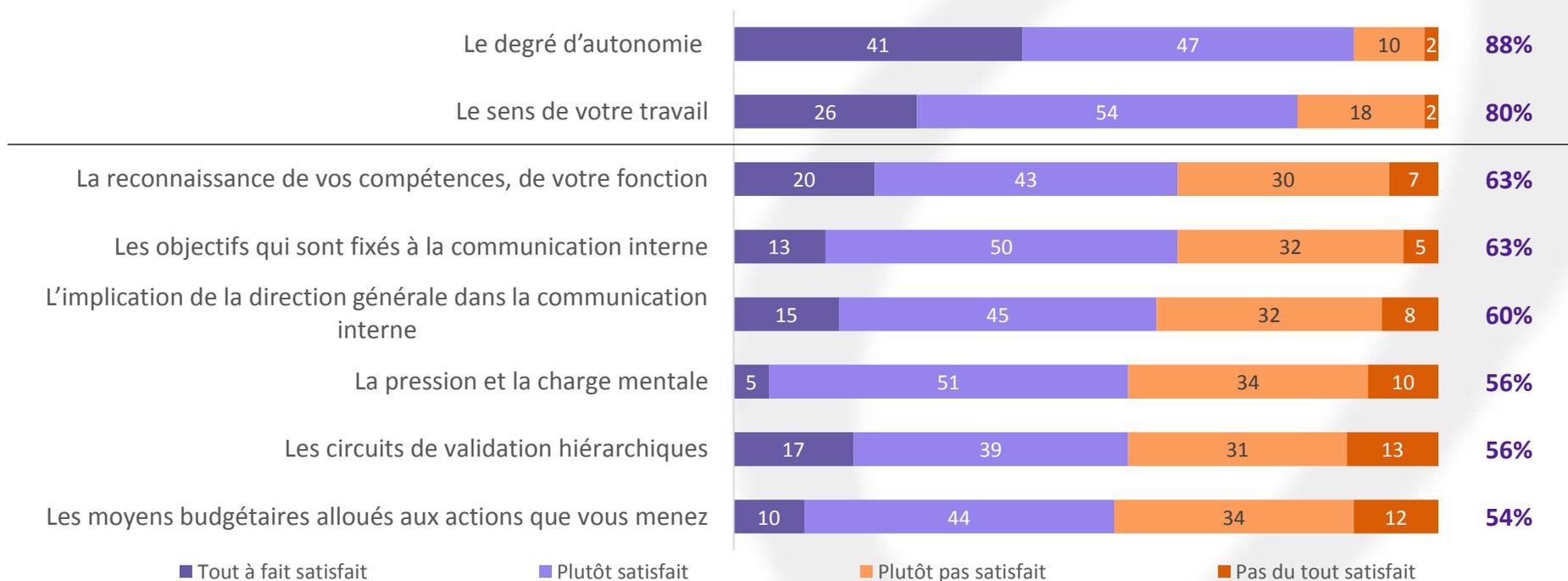
OCCURRENCE

L'exercice du métier de  
communicant interne et ses  
moyens



# Une fonction communication interne très satisfaite de son autonomie et du sens de son action

- Q18 – 25. Au regard de votre activité professionnelle actuelle, pour chaque item de cette liste pouvez-vous indiquer votre niveau de satisfaction :
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



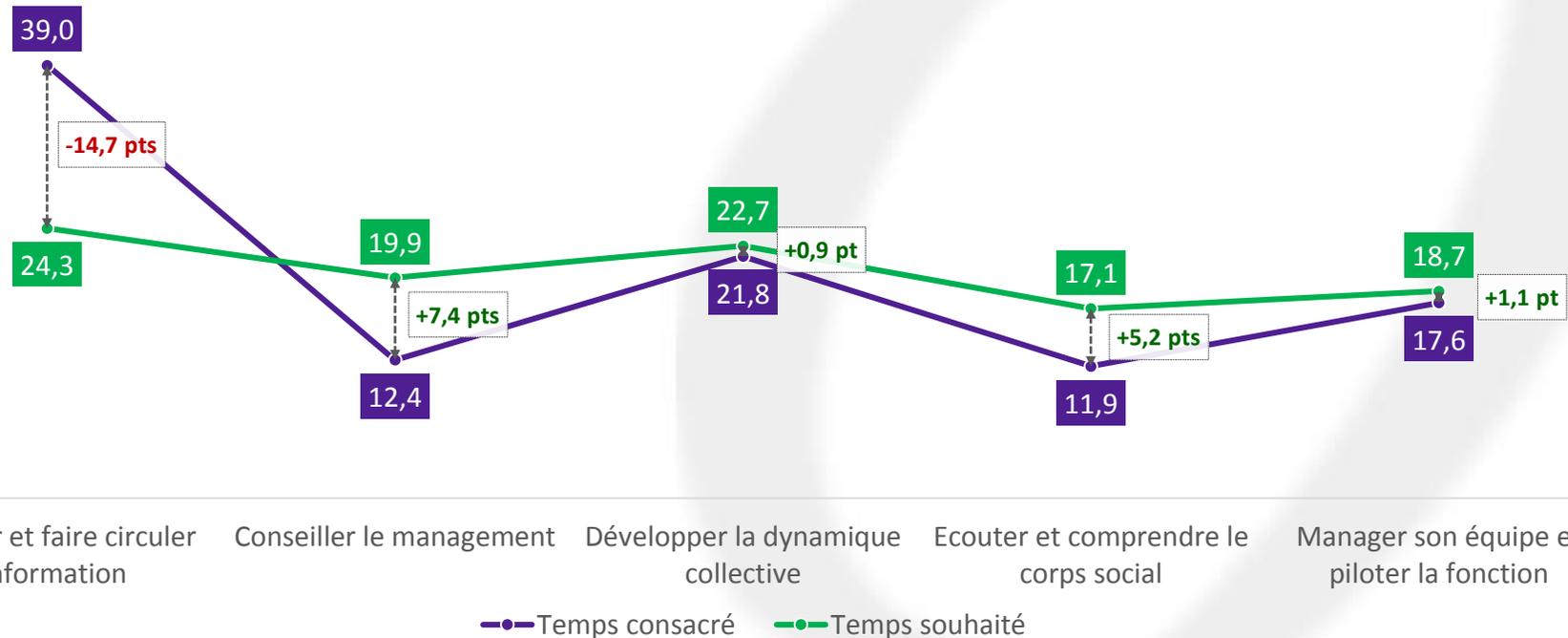
Au global, **21% des répondants** sont **satisfaits des conditions d'exercice de leur métier** (satisfaits sur tous les items)

*A noter : aucune différence selon le profil sur cet indicateur*

Lecture : **Taux de satisfaction**

# Le « poids du faire » du communicant interne cannibalise son temps à consacrer au conseil et à l'écoute

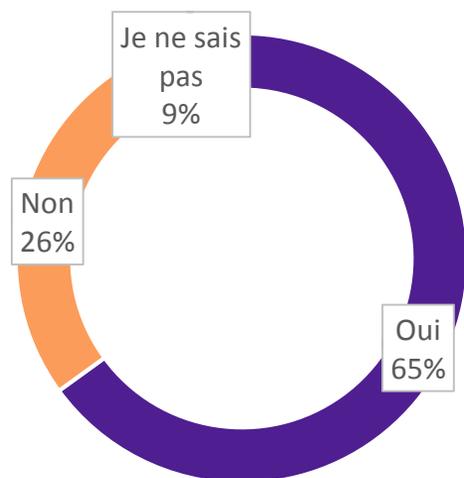
- Q26– 27. Quel % de temps consacrez-vous actuellement à chacune de ces activités ? / Dans l'idéal, quel % de temps aimeriez-vous consacrer à chacune de ces activités?
- QCU – Bases variables (répondants se prononçant) – *Résultats de 2012 non disponibles*



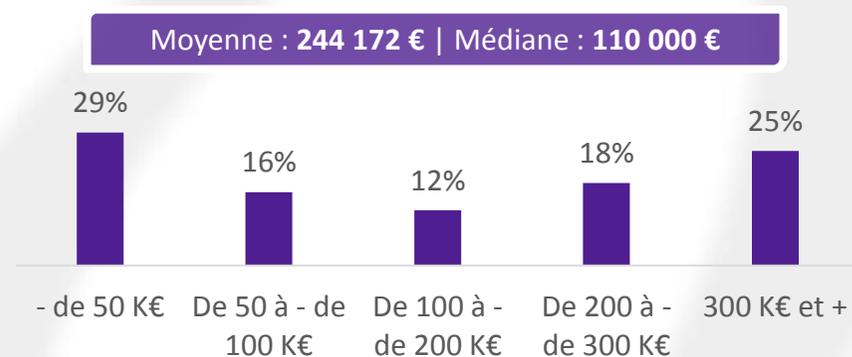
**Lecture :** les répondants passent en moyenne 39% de leur temps sur « élaborer et faire circuler l'information ». Ils aimeraient faire baisser ce pourcentage de 14,7 points en moyenne pour que cette activité représente, idéalement, 24,3% de leur temps.

# 2 répondants sur 3 qui ont un budget spécifique, celui-ci restant globalement stable

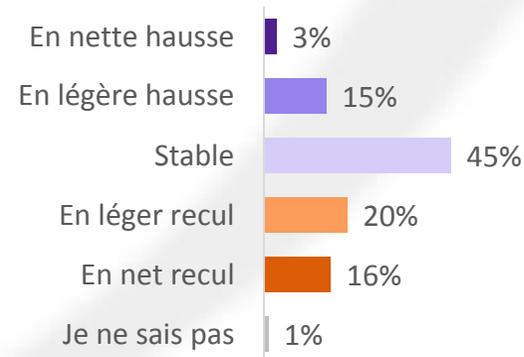
- Q28. Disposez-vous d'un budget de communication interne (hors salaires) défini annuellement ?
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Question non posée en 2012*



- Q29. Si oui, de combien ?
- QCU – Base : 153 répondants (disposent d'un budget et se prononcent) – *Question non posée en 2012*



- Q30. Par rapport à l'année précédente, le budget de communication est-il ?



# Budget : tris croisés

## ■ Q28. Disposez-vous d'un budget de communication interne (hors salaires) défini annuellement ?

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Question non posée en 2012*

	Global	Interne et externe	Interne et RH/social	Interne exclusivement	...un homme	...une femme	Périmètre Français	Périmètre International
Dispose d'un budget	65%	56%	69%	74%	50%	68%	59%	75%
Ne dispose pas d'un budget	35%	44%	31%	26%	50%	32%	41%	25%

	Global	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	Membres (présent ou passé) de l'AFCI	Non membres de l'AFCI
Dispose d'un budget	65%	32%	70%	78%	76%	74%	53%
Ne dispose pas d'un budget	35%	68%	30%	22%	24%	26%	47%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

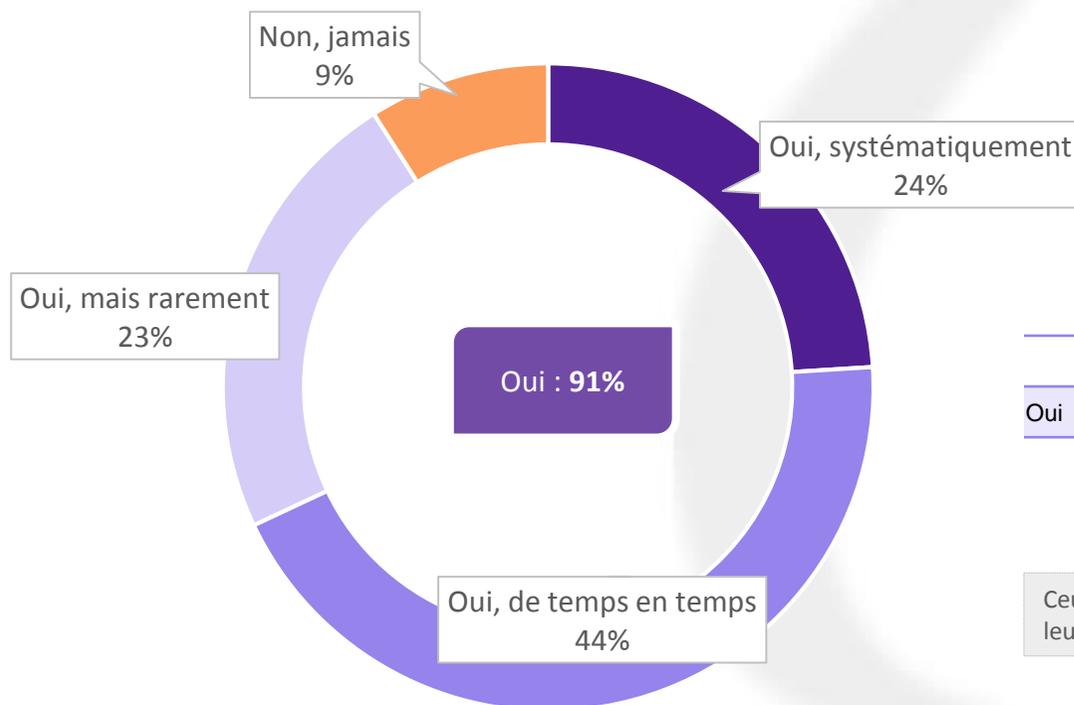
Résultat très supérieur au résultat global

**Lecture** : les répondants qui font exclusivement de l'interne sont 74% à disposer d'un budget. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).

# Une évaluation des actions de communication qui devient la norme

## ■ Q31. Les actions de communication que vous menez sont-elles évaluées ?

- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Comparaison avec 2012 à considérer avec prudence, la formulation de la question ayant évolué*

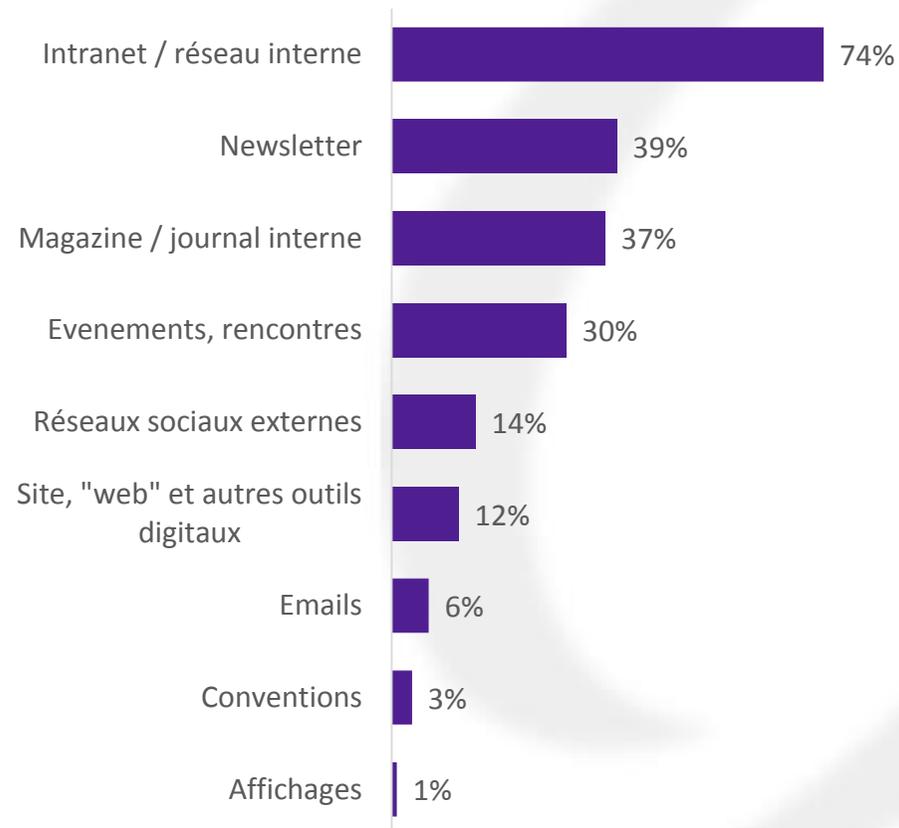


	2012	2019	Δ
Oui	69%	91%	↗

Ceux disposant d'un budget sont 94% à évaluer leur action (85% pour ceux n'ayant pas de budget).

# Intranet / réseaux internes constitue de loin le principal outil de communication interne d'aujourd'hui

- Q32. Quelles sont les trois principaux outils d'informations et de communication que vous pilotez ou auxquels vous contribuez ?
- QO – Base : 347 répondants (se prononcent) – *Question ouverte donc comparaison impossible*





OCCURRENCE

Les enjeux de la  
communication interne



# La communication interne développe la culture d'entreprise

## ■ Q33. Quelles sont aujourd'hui vos trois priorités de communication interne ?

■ QO – Base : 350 répondants (se prononcent) – *Question ouverte donc comparaison impossible*

**La culture d'entreprise est développée/renforcée** par la communication interne car elle permet de:

- « fédérer les collaborateurs »
- « valoriser l'action des salariés et renforcer la cohésion »
- « donner du sens »
- « créer des liens »
- « contribuer à l'émergence d'une culture d'entreprise »
- « valoriser l'engagement et le travail des collaborateurs »
- « renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté »

Pour créer un esprit d'entreprise il faut pouvoir provoquer ces sentiments chez ses employés. Selon les répondants, la communication interne apparaît être un atout efficace pour le faire.

La communication interne **accompagne également la stratégie de l'entreprise et le changement**

- « Accompagner le changement »
- « Accompagner le changement et la transformation »
- « Accompagnement de la stratégie »

Elle permet aussi de **diffuser l'information**

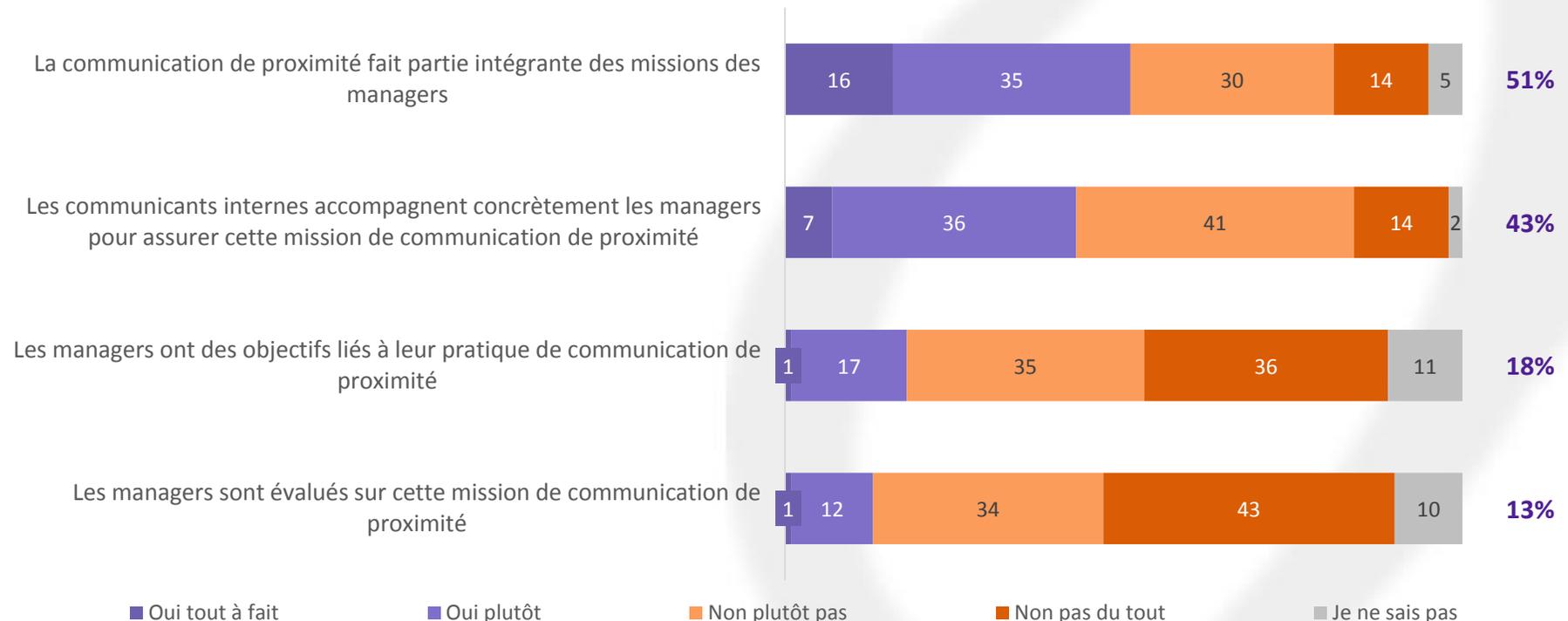
- « diffuser les informations »
- « transmettre les informations »
- « mieux informer »
- « améliorer la circulation de l'information »

➔ En permettant une meilleure diffusion de l'information, **la communication interne soutient la stratégie de l'entreprise** et le processus de changement, de transformation, car elle permet aux **employés d'être inclus dans ces démarches**.

# Des entreprises qui ne saisissent encore pas pleinement les enjeux de la communication managériale...

## ■ Q34 – 37. Dans votre entreprise/ organisation aujourd’hui diriez-vous que...

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



Au global, 5% des répondants sont d'accord avec tous les enjeux de la communication (« Oui » sur tous les items)

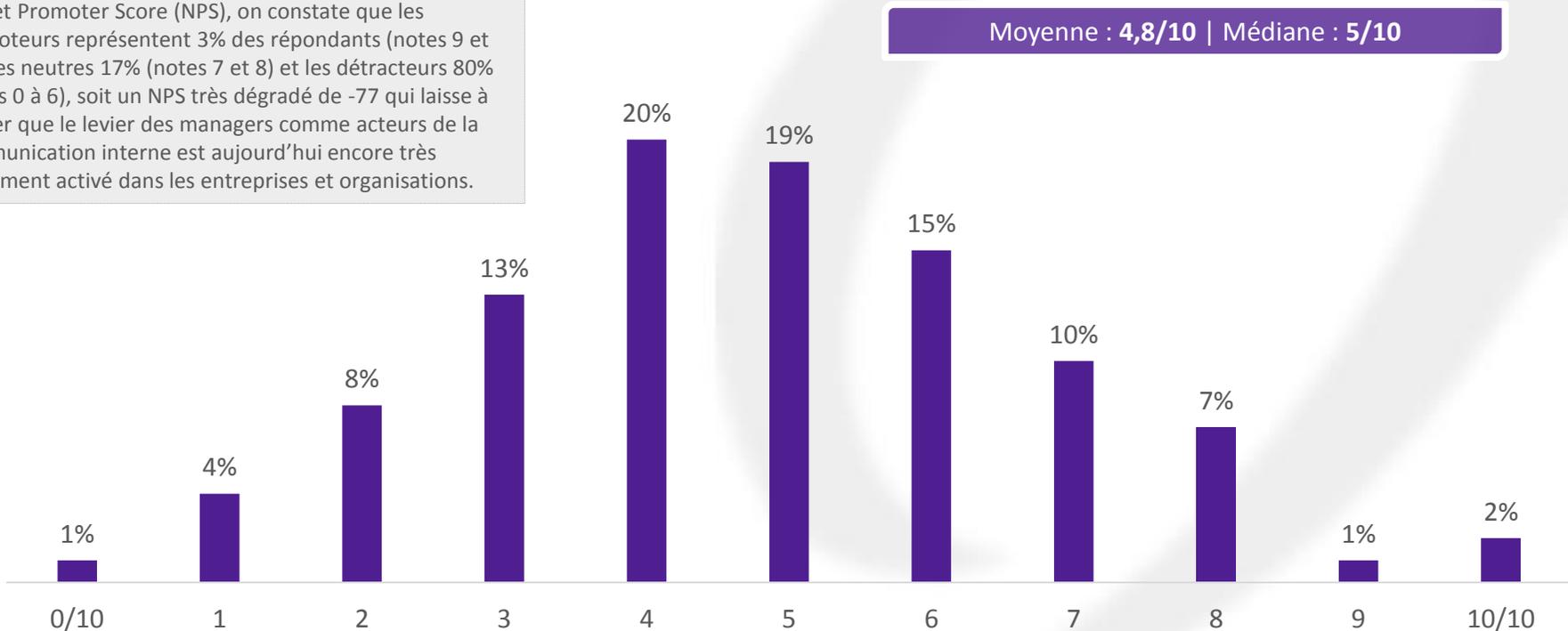
*A noter : aucune différence selon le profil sur cet indicateur*

Lecture : **Taux de « oui »**

# ... ce qui impacte la perception de l'efficacité des managers en tant que porteurs de la communication interne

- Q38. De votre point de vue, évaluez sur une échelle de 0 à 10 le rôle effectif que jouent aujourd'hui dans votre entreprise/ organisation les managers en matière de communication interne ?
- Question numérique – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*

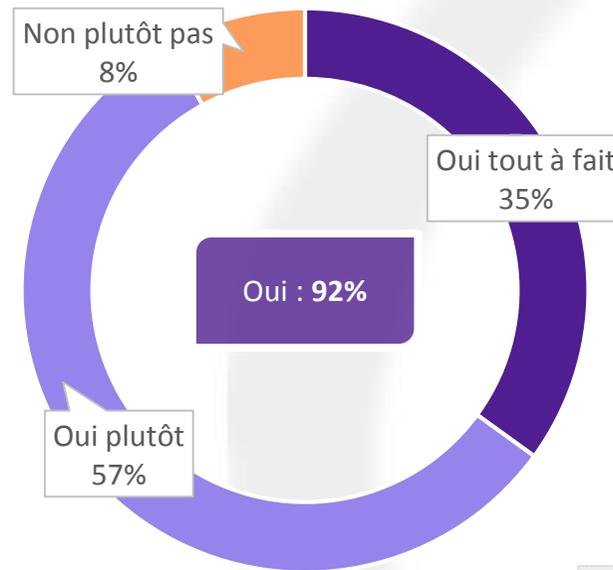
**Lecture** : si on regarde ces résultats sous l'angle exigeant du Net Promoter Score (NPS), on constate que les promoteurs représentent 3% des répondants (notes 9 et 10), les neutres 17% (notes 7 et 8) et les détracteurs 80% (notes 0 à 6), soit un NPS très dégradé de -77 qui laisse à penser que le levier des managers comme acteurs de la communication interne est aujourd'hui encore très faiblement activé dans les entreprises et organisations.



# Une transformation digitale largement favorable à la communication interne ...

■ Q39. Selon vous la transformation digitale est-elle favorable à la communication interne ?

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*

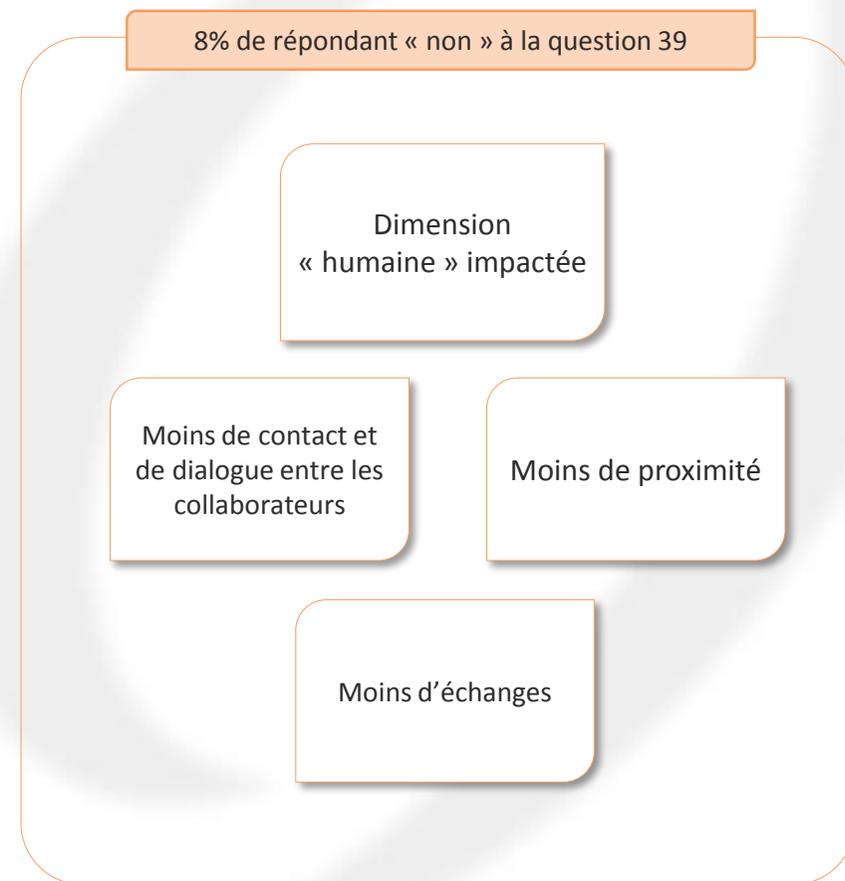
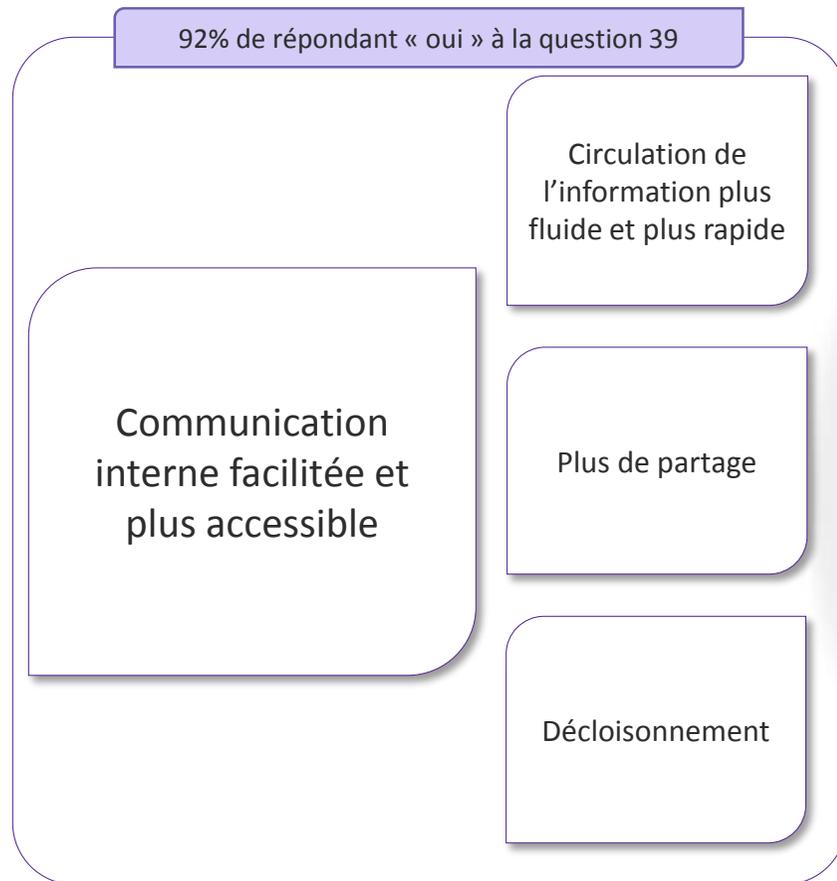


A noter : aucune différence significative sur cet indicateur

# ... car elle la rend plus fluide et plus accessible

## ■ Q40. Pourquoi ?

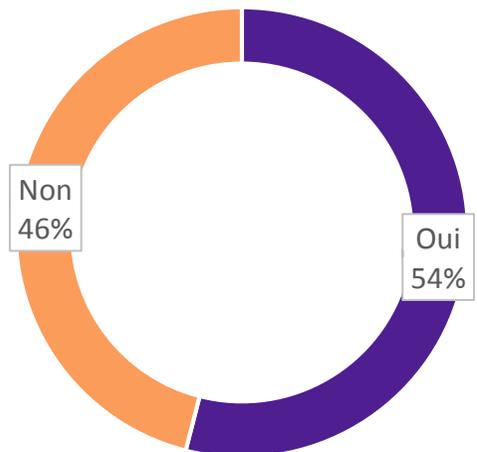
■ QO – Base : 232 répondants (se prononcent) – *Questions non posées en 2012*



# Le réseau social d'entreprise de plus en plus implanté, mais encore peu efficient au regard de ses objectifs

## ■ Q41. Disposez-vous d'un réseau social d'entreprise ?

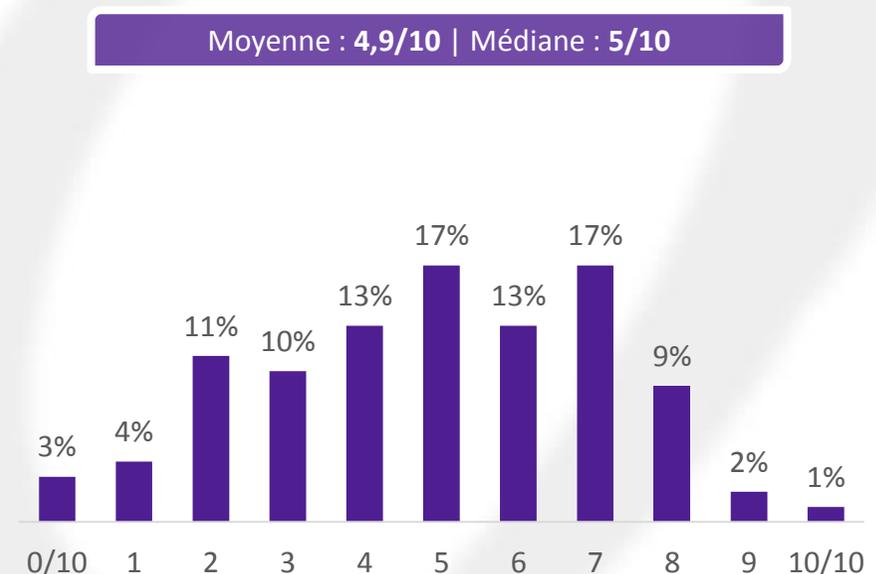
- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Comparaison avec 2012 à considérer avec prudence, la formulation de la question ayant évolué*



	2012	2019	Δ
Oui	42%	54%	↗

## ■ Q42. Sur une échelle de 0 à 10, comment évalueriez-vous la performance de votre réseau social d'entreprise au regard des objectifs qui lui étaient assignés ?

- QCU – Base : 197 répondants (disposent d'un réseau social d'entreprise) – *Question non posée en 2012*



# Réseau social interne : tris croisés

## ■ Q41. Disposez-vous d'un réseau social d'entreprise ?

- QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Comparaison avec 2012 à considérer avec prudence, la formulation de la question ayant évolué*

	Global	Périmètre Français	Périmètre International	Au secteur associatif /Au secteur public	Au secteur privé	Moins de 500 salariés	De 501 à 2000 salariés	De 2001 à 10000 salariés	Plus de 10000 salariés	Dispose d'un budget	Ne dispose pas d'un budget
Oui	54%	49%	63%	38%	62%	30%	46%	48%	80%	58%	45%
Non	46%	51%	37%	62%	38%	70%	54%	52%	20%	42%	55%

Résultat très inférieur au résultat global

Résultat proche du résultat global

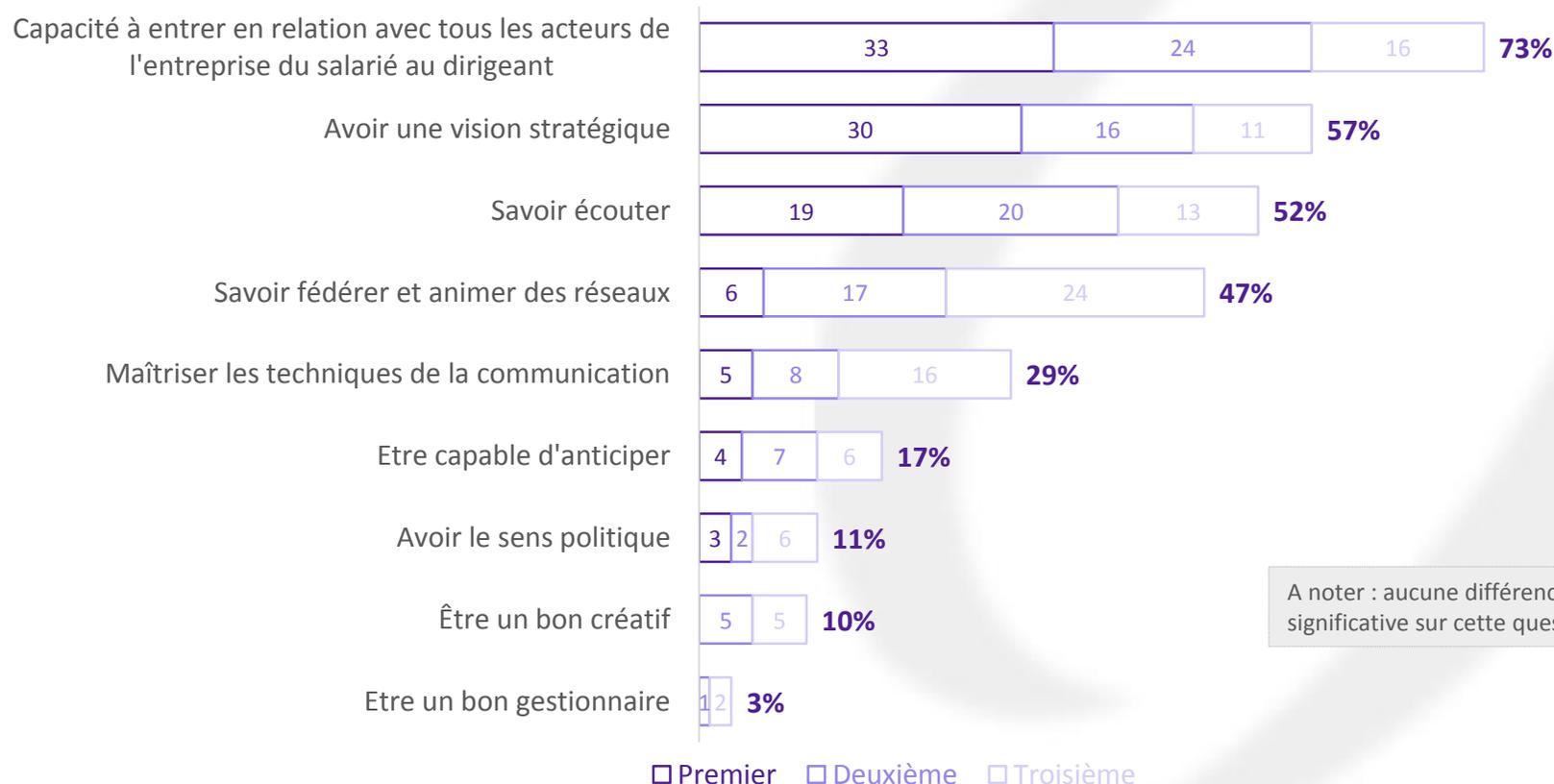
Résultat très supérieur au résultat global

**Lecture :** les répondants qui gèrent un périmètre international sont 63% à disposer d'un réseau social d'entreprise. Un résultat significativement supérieur au global (bleu).

# La compétence centrale en communication interne : « savoir être le lien entre les acteurs de l'entreprise »

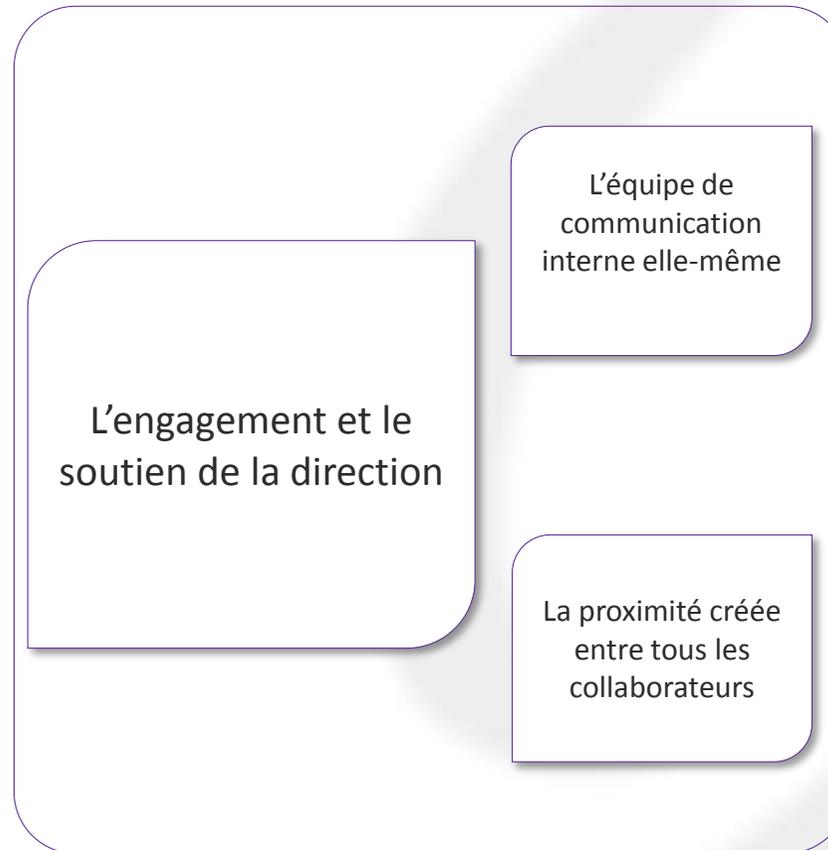
- Q42. Parmi les compétences suivantes, quelles sont selon vous les trois principales à mobiliser pour une communication interne efficace :

■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – Questions non posées en 2012



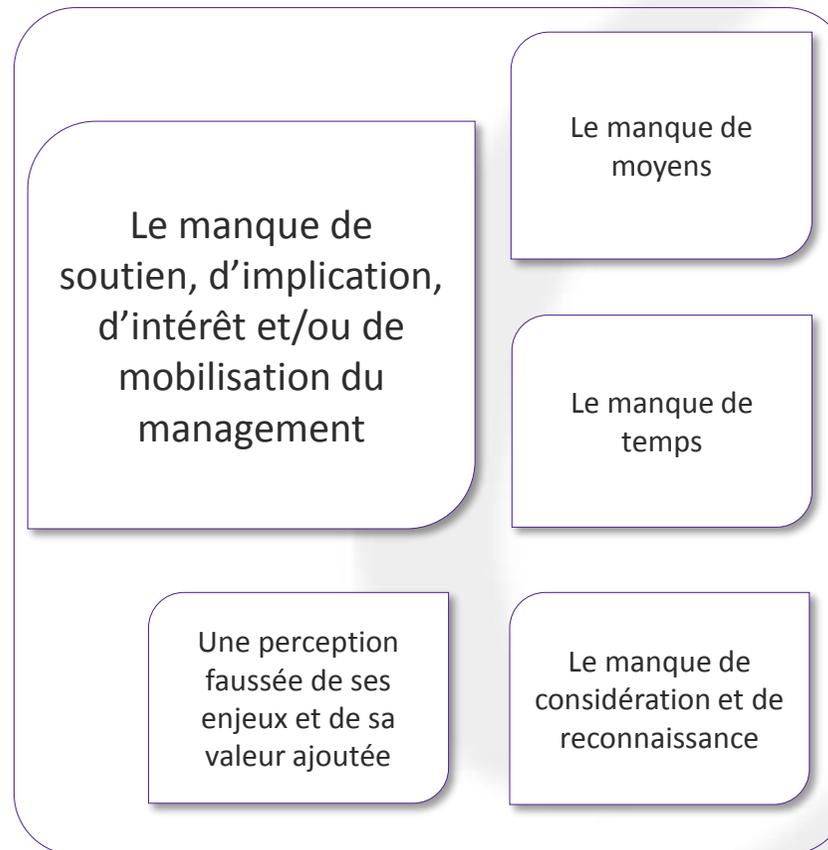
# Un atout principal de communication interne : savoir sécuriser le soutien et l'engagement de la direction

- Q46. Dans votre entreprise / organisation quel est le principal **atout** de la communication interne ?
- QO – Base : 315 répondants (se prononcent) – *Question ouverte donc comparaison impossible*



# Son frein principal : ne pas réussir à le faire

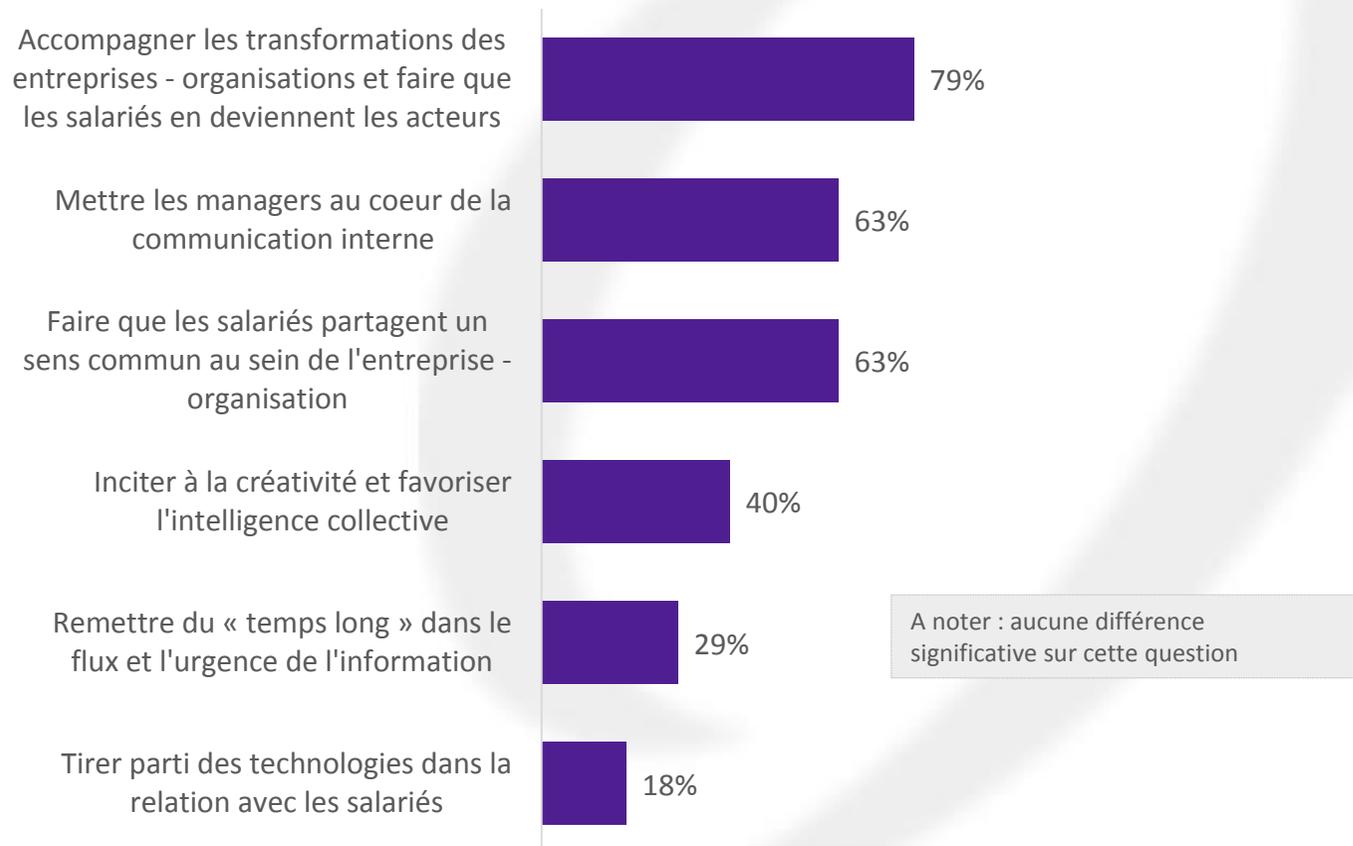
- Q47. Dans votre entreprise / organisation quel est le principal **frein** de la communication interne ?
- QO – Base : 320 répondants (se prononcent) – *Question ouverte donc comparaison impossible*



# Demain, une communication interne à trois visages : au service de la transformation, activatrice des managers et animatrice de la cohésion

■ Q48. Parmi les défis suivants de la communication interne quels sont les trois principaux défis pour l'avenir à 5 ans ?

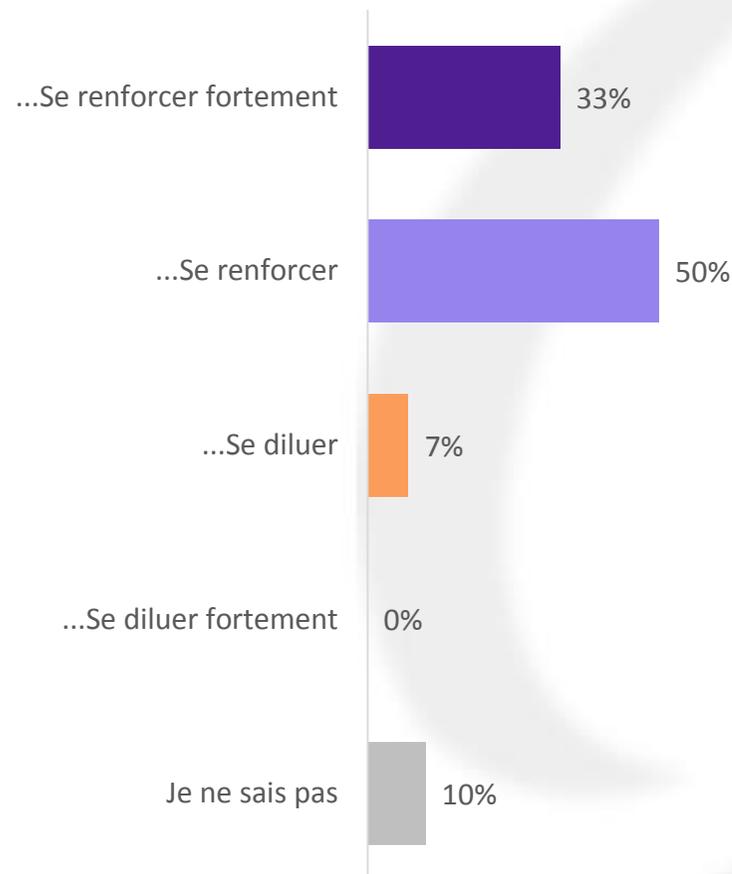
■ QCM (3 réponses) – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



# Une place de la communication interne qui va se renforcer pour 88% des répondants

■ Q49. Finalement, selon vous, dans les prochaines années le rôle de la communication interne sera-t-il amené à ...

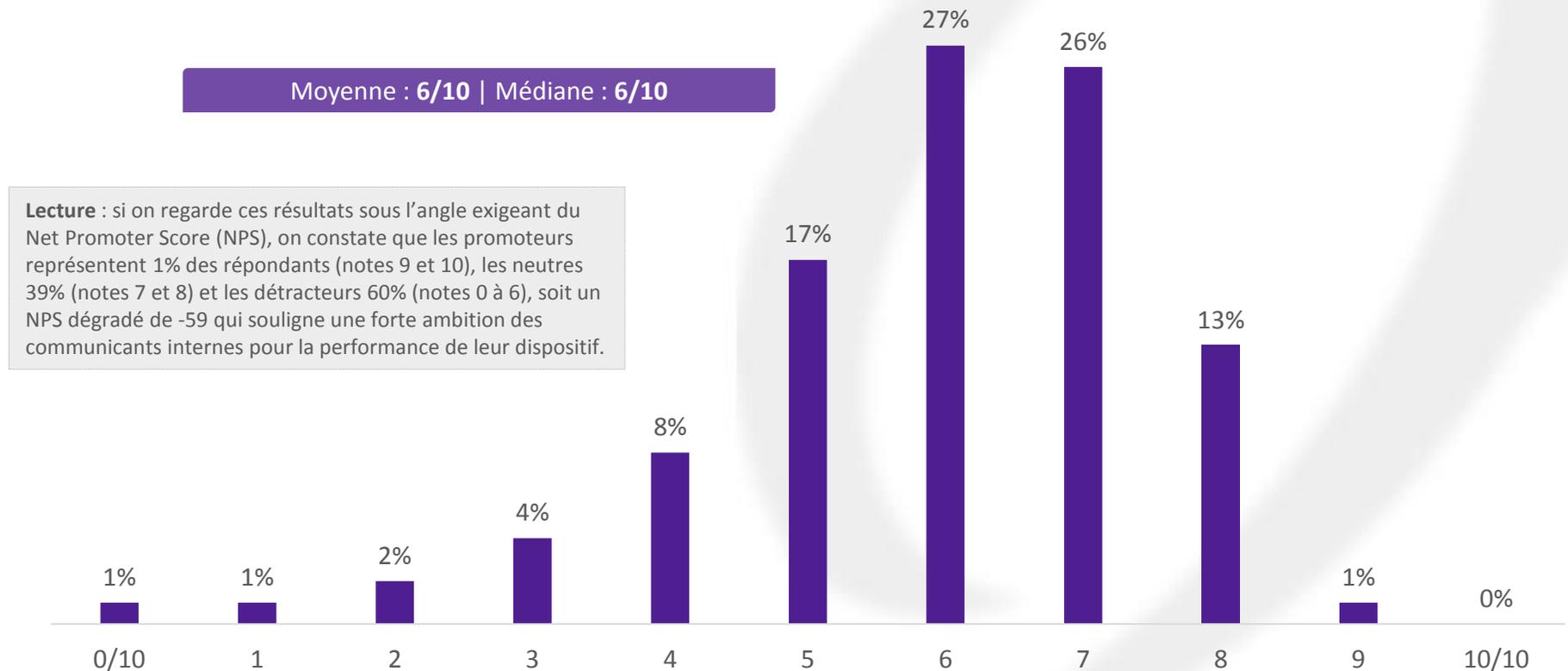
■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



A noter : aucune différence significative sur cette question

# Des dispositifs de communication interne dont la performance est jugée relativement sévèrement...

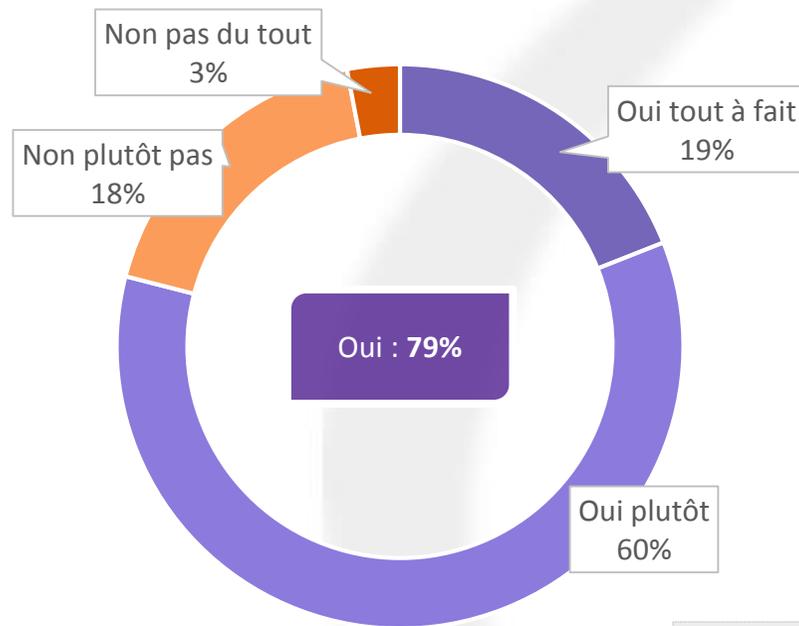
- Q50. Sur une échelle de 0 à 10, comment évaluez-vous la performance de votre dispositif de communication interne au regard de ses objectifs ?
- Question numérique – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



# ... mais sur laquelle les répondants restent optimistes sur leur capacité à l'améliorer

## ■ Q51. Pensez-vous être en mesure d'améliorer cette notation dans l'année qui vient ?

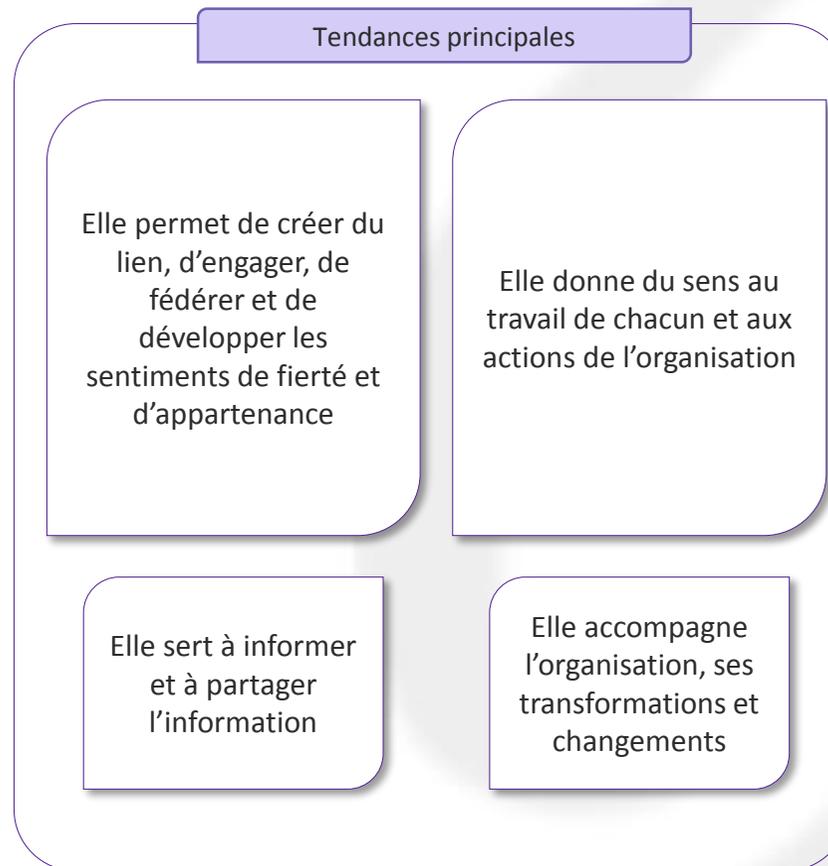
■ QCU – Base : 367 répondants (exclusion des communicants exclusivement externes) – *Questions non posées en 2012*



Les moins de 30 ans sont 93% à dire « oui » (83% pour les 31-40 ans et 75% pour les 41 ans et plus).

# La communication interne : un outil clé pour la cohésion de l'entreprise

- Q52. Pour conclure, selon vous, quelle est la contribution majeure de la communication interne aux organisations ?
- QCU – Base : 260 répondants (se prononcent) – *Question ouverte donc comparaison impossible*





OCCURRENCE



A retenir



## 4 tendances majeures à l'aune des 30 ans d'AFCI (1/2)

- **La communication interne, une fonction mature de l'entreprise**
  - > dont les grandes caractéristiques restent stables et ses perceptions, en tant que ligne métier, transcendent ses différentes composantes
  - > qui poursuit sa professionnalisation et a une vision critique et distanciée de sa performance
  - > qui est soutenue par la direction générale
  
- **Une communication interne engagée pour donner du sens et créer du lien**
  - > pour deux communicants internes sur trois les compétences clé sont la capacité à entrer en relation avec les différents acteurs de l'entreprise, avoir une vision stratégique et savoir écouter
  - > des communicants qui souhaiteraient mieux équilibrer leur intervention entre l'« écoute », le « conseil » et le « faire »

## 4 tendances majeures à l'aune des 30 ans d'AFCI (2/2)

### ■ **Une communication interne en quête de sa propre transformation digitale**

- > la transformation digitale est vécue comme une opportunité pour la quasi-totalité des communicants internes
- > les supports dématérialisés sont majoritairement exploités par ses derniers
- > et pourtant quand se pose la question de la performance de leur dispositif par rapport à ses objectifs seulement 1% en sont « promoteurs » !

### ■ **Une communication interne mobilisée sur ses défis, et particulièrement sur celui de la communication managériale**

- > qui est consciente et militante du renforcement de son rôle dans les années à venir
- > qui est en demande de soutien, d'implication, d'intérêt et/ou de mobilisation du management
- > et qui est confiante dans sa capacité à améliorer à court terme la performance de ses dispositifs