

# Stars

SCIENCE TECHNOLOGIE ART RECHERCHE SAVOIR

## Chercheurs, praticiens et artistes **Se rencontrer, collaborer et innover**

Jeudi 28 juin de 17h à 20h

La Cantine - La Mêlée Numérique, 27 boulevard Matabiau - 31000 Toulouse

Séminaire STARS - Pôle Valeur

### **Enjeux, tendances et formes du renouvellement de la communication interne**

Alors que le travail est l'un des principes fondateurs de la vie sociale, les évolutions des environnements économiques, sociologiques et technologiques ont initié de nouveaux modèles productifs. Flexibilité productive, omniprésence des TIC, organisation en mode projet, polyvalence... les modalités de travail et d'information ont largement évolué ces dix dernières années. Pour les salariés ces évolutions ne vont pas sans questionnements voire tensions. Dans ce contexte la communication interne doit maintenir le concours actif et la motivation du personnel tout en diffusant des décisions stratégiques parfois difficiles à expliciter. En outre, l'usage de nouvelles technologies notamment issues du web 2.0 s'impose ou est imposé.

Le présent séminaire a pour projet de croiser les regards de chercheurs en sciences humaines et sociales, d'artistes et de praticiens sur les questions de la communication au travail et plus spécifiquement de la communication interne. Quels sont ces enjeux, tendances et formes de renouvellement ?

**Une soirée de rencontres entre professionnels, artistes et chercheurs pour :**

- Clarifier les évolutions sociologiques des salariés et les modifications organisationnelles
- Eclairer les attentes des publics en matière de travail et d'informations
- Définir les enjeux et les nouvelles formes de communication interne
- Identifier les supports émergents et leurs éventuels apports
- Penser, dans une perspective éthique, les valeurs de la communication interne

Intervenants :

**Caroline Datchary**, Maîtresse de conférences en sociologie, Lisst-Cers, Université de Toulouse.

**Michel Abitteboul**, Directeur de la communication institutionnelle et des média sociaux, Freescale Semiconductor

**Jérôme Introvigne**, Directeur et **Anne-Sophie Chevasson**, Chef de produits & Manager Innovation, direction du Management de l'innovation, Groupe Poulit

**Laurent Morillon**, Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Lerass, Université de Toulouse

**Antoine Voisin**, Artiste peintre.

L'accès est libre. L'inscription est souhaitée et se fait auprès de La Cantine.

<http://lacantine-toulouse.org/2516>

## Nouveaux contextes organisationnels :

### La dispersion au travail

Par **Caroline Dachary**, Maîtresse de conférences en sociologie, Lisst-Cers, Université de Toulouse. Auteure en 2011 de *La dispersion au travail*.

Les situations de dispersion correspondent à des situations de travail où la personne est confrontée à des engagements multiples sur le très court terme. Son environnement de travail fortement changeant la conduit à réorganiser en permanence son activité pour y intégrer de nouveaux éléments. À partir d'une étude auprès de quatre professions (traders, managers d'entreprises des TIC, conducteurs de travaux dans les égouts et salariés d'agences événementielles), Caroline Dachary tente d'identifier les formes que revêtent ces situations de dispersion et la façon dont les salariés les gèrent (ou pas) au quotidien. Elle éclaire également le rôle ambivalent des TIC.

## Une information par et pour les salariés :

### Repenser la communication interne

Par **Jérôme Introvigne**, Directeur et **Anne-Sophie Chevasson**, Chef de produits & Manager Innovation, direction du Management de l'innovation, Groupe Poult

Dans le groupe Poult, la communication interne est au cœur de l'innovation sociale. Accessible à tous les salariés, l'information doit avant tout servir et favoriser les collaborations. La rétention d'information n'existe pas : la hiérarchie ne décide pas ce qu'il serait « pertinent » de diffuser et tout un chacun a accès à l'intégralité des informations disponibles dans l'organisation. En outre les salariés participent librement à la production des supports de communication interne. La plateforme de conversations interne qui aborde l'ensemble des projets de l'entreprise (150 inscrits actuellement) sera plus particulièrement présentée. Cette PME, deuxième fabricant français de biscuits sucrés derrière LU et premier acteur à la marque distributeur, a obtenu en 2010 le prix du Management de l'innovation.

## Art et entreprise :

### Du sens dans les images

Par **Antoine Voisin**, artiste peintre

Être temporairement accueilli dans une entreprise permet à un artiste de capter ce que les attitudes, les postures, les lieux disent du fonctionnement interne. Cela implique préalablement l'accord des salariés et de l'encadrement, ce qui est en soi le signe d'une volonté commune. L'image restituée par l'artiste contribue à la reconnaissance de chacun, qui se reconnaît individuellement mais aussi dans des dimensions collectives. Cette image laisse aussi transparaître des questions spécifiques à l'entreprise, dont les acteurs peuvent se saisir ensemble. Exemple dans une entreprise de la région toulousaine.

**STARS est une association au service de la création et de l'innovation sociétale.** Stars est une interface qui amorce et favorise cette collaboration devenue nécessaire entre des acteurs de la communauté universitaire des domaines Langues, Lettres, Arts, Philosophie et Information/Communication, des artistes et des entreprises. STARS impulse des projets de recherche pluridisciplinaires à partir des champs de la création, en association avec des artistes, pour proposer des solutions innovantes à des problèmes concrets rencontrés par les structures avec lesquelles elle collabore.

<http://www.stars-artetscience.eu/>

## Communication interne et web 2.0 :

### Ce que la recherche peut apporter aux praticiens

Par **Laurent Morillon**, Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Lerass, Université de Toulouse

Blogs, wikis et réseaux sociaux sont souvent synonymes dans les discours managériaux de vitesse d'exécution, de travail collaboratif et de rationalité organisationnelle. Or, la réalité du déploiement et les usages « réels » de ces outils sont parfois éloignés de ce qui était prévu à l'origine. Laurent Morillon se propose de partager certains apports de la recherche scientifique, susceptibles de déconstruire certaines idées reçues largement répandues quant à la communication interne en général et aux supports du web 2.0 en particulier.

## Communication interne et web 2.0 :

### Le cas de Freescale Semiconductor

Par **Michel Abitteboul**, Directeur de la communication institutionnelle et des média sociaux, Freescale Semiconductor

Freescale Semiconducteurs est un leader mondial dans la conception et la fabrication de semiconducteurs embarqués. Du site de Toulouse, le plus important d'Europe, sont pilotées des activités de R&D, Ventes et Marketing, Support pour le groupe. Les outils Web 2.0 sont « alléchants » sur le papier et peuvent contribuer à accroître la collaboration en entreprise. Pourtant, l'outil peut être lui-même le frein s'il n'est pas adapté aux modes d'organisation, à la culture et aux jeux de pouvoir. Leur mise en œuvre et leur appropriation doivent faire partie d'une démarche plus globale de gestion du savoir et de la performance de l'entreprise. Exemple sur le site de Freescale à Toulouse.