

# Le rôle de la communication interne lors de grands changements d'organisation dans une entreprise de grande taille ?

*Actuellement en Licence Communication, je dois réaliser un mémoire dont la problématique est en lien avec mon alternance : « le rôle de la communication interne lors de changements d'organisation / de fonctionnement d'une entreprise ». J'effectue mon alternance à la SNCF, qui est en pleine mutation (le groupe devient un EPIC divisé en 3 sous-entreprises). J'observe que la communication interne joue donc un rôle important pour informer les salariés des changements qui ont lieux et de leurs conséquences... Merci beaucoup de votre aide, et bon courage !*

Notre réponse du 06/22/2015

Voici tout d'abord une petite sélection d'ouvrages disponibles à la Bibliothèque publique d'information (voir cote 658.8 sur cette thématique) :

## **La communication interne : stratégies et techniques**

Auteur(s) : Decaudin, Jean-Marc ; Igalens, Jacques, Dunod, 2013

Résumé : Synthèse sur les enjeux d'une stratégie globale de communication interne en entreprise. Présente les nouveaux outils apparus avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication, les métiers de la communication interne, etc.

Exemplaires disponible à la cote : 658.8 DEC

Niveau 2 – Sciences, techniques, médecine

**Dynamiser sa communication interne : relayer efficacement les messages, accompagner les mutations de l'entreprise...**

Auteur(s) : Perruchot Garcia, Valérie, Dunod, 2012

Résumé : Comment stimuler et démultiplier la communication interne en définissant ses principales missions et objectifs. Prend en compte l'intégration des réseaux sociaux dans l'entreprise et le rôle des managers dans l'engagement des collaborateurs.

Exemplaire disponible à la cote : 658.8 PER

Niveau 2 – Sciences, techniques, médecine

**Les nouvelles pratiques de la communication interne : comment faire de la communication interne un levier stratégique de l'entreprise**

Les Échos études, Autre(s) auteur(s) étude réalisée par Maurice Imbert, en collaboration avec le Club Procom

Editeur »Les Échos » études-[Eurostaf], 2012

Résumé : « une étude pour mesurer les enjeux et les apports de la communication interne, savoir utiliser les méthodes et les outils de la communication interne... »

Exemplaire disponible à la cote : 33(0) AMP COM

Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales

**La communication interne des entreprises**

Auteur(s) : D'Almeida, Nicole Nicole D'Almeida

Dunod ,2014

Accès : LIVRE NUMÉRIQUE via la plateforme Bibliovox (accessible à la Bpi)

Pour une recherche efficace d'articles et revues sur ce sujet, nous vous proposons quelques « outils » indispensables.

Ce sont en général des ressources numériques ou bases de données consultables gratuitement à la Bpi.

Les principales sont dans votre domaine de recherche sont Delphes, Cairn, Revues.org(Openedition), Vente et Gestion.

**Delphes** : Base bibliographique. Références avec résumés d'articles de revues, d'études de marché, d'annuaires sectoriels, de rapports annuels, de dossiers bibliographiques etc...Certains articles et dossiers en texte intégral. Mise à jour mensuelle.

**Cairn** : Bibliothèque numérique d'ouvrages et de revues principalement dans les domaines des sciences humaines et

sociales

**Openedition** : Revues, collections de livres, carnets de recherches, agenda en sciences humaines et sociales.

**Vente et Gestion** : environ 150 titres de revues francophones dans le monde des affaires, sur des thèmes d'économie, de gestion, d'assurance, de fiscalité, d'assurance, de management, de marketing, de comptabilité, d'administration, etc...

### **Articles sur Delphes :**

Voir ci-dessous (03) articles sur la communication au sein la Sncf.

Mais aussi de nombreux articles sont disponibles à partir de mots clés : communication de crise, communication sensible ...

### **Communication interne. La feuille de route devient complexe**

Source : Entreprise et carrières (Revue disponible à la BPI)

9 – 15 décembre 2014 – n° 1218 – pp 18-25

Revue de détails des thèmes majeurs des chantiers de la communication interne dans les entreprises françaises. Trois priorités : communiquer dans des formats de plus en plus courts, gérer une relation parfois difficile avec les RH (ressources humaines), aider à faire émerger l'innovation. A la clé : la poursuite du développement des entreprises dans un contexte de crise. Des détails.

Auteur : GERARD (Laurent) – POILLLOT (Laurent) – GARCIA LOPEZ (José).

### **Communication de crise. La SNCF a-t-elle déraillé ?**

Source : Stratégies (Revue disponible à la BPI), 3 juillet 2014 – n° 1776 – p 18

Déploiement, par la cellule de crise de l'opérateur ferroviaire français SNCF, durant les douze jours de la grève contre la réforme ferroviaire, en juin 2014, d'un dispositif d'information considérable à destination des médias et des clients. L'entreprise a ainsi démontré son savoir-faire en relation client et gagné la bataille de l'opinion. Mais, en fin de crise, son spot télévisé de « regret » a créé un

malaise. Explications. Pas de chiffres.

Auteur : LEITUS (Cathy).

### **Brétigny, parcours sans faute ?**

Source : Stratégies (Revue disponible à la BPI)

18 juillet 2013 – n° 1732 – p 15

Rapide analyse de la communication de crise mise en place par l'opérateur ferroviaire français SNCF suite à l'accident du 12 juillet 2013 à Brétigny-sur-Orge (Essonne), qui a coûté la vie à six personnes. Une communication orchestrée par son président, Guillaume Pépy, qui a mobilisé l'ensemble de l'entreprise, affiché sa compassion vis-à-vis des victimes, annoncé des enquêtes et le contrôle immédiat du réseau. Un plan de communication jugé exemplaire, qui n'a toutefois pas totalement occulté la vétusté des infrastructures ferroviaires françaises. Précisions. Avis croisés d'universitaire, syndicaliste, usager et consultante. Pas de chiffres.

Auteur : DELCAYRE (Alain).

D'autres articles sur Cairn :

« **Points de vue** » Cinq responsables de fonctions stratégiques (ressources humaines, marketing, achat, communication, direction financière) témoignent ici du rôle essentiel de l'information dans leurs missions respectives. Sciberras Jean-Christophe, Laurent François, Alleaume Alain, Duhamel Sophie, Lebouc Béatrice, Junghans Pascal, Documentaliste-Sciences de l'Information 3/2014 (Vol. 51) , p. 47-49

URL

:

[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2014-3-page-47.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2014-3-page-47.htm)

« **La communication interne, nouveau «soft power** » Fouquier Eric, Camel Eric Cannamela, L'Expansion Management Review 4/2010 (N° 139) , p. 114-122

Résumé : En vingt ans, les grands groupes ont vécu des changements considérables mettant à mal le sentiment d'appartenance des salariés. Ils cherchent à rebâtir un « nous » interne.

Plan de l'article :

De l'information descendante à la mission stratégique

Les chemins de l'adhésion

Un contrepoids aux effets de forces déstabilisantes

URL

:

[www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2010-4-page-114.htm](http://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2010-4-page-114.htm)

**Sur Revues.org :**

« **Aléa communicationnel et communication sensible** » Thierry Libaert, , Communication et organisation [En ligne], 36 | 2009, mis en ligne le 15 avril 2011, consulté le 20 mai 2015. Depuis le début des années 1990, la communication d'entreprise est devenue une science dans laquelle le paradigme de la mesure s'est imposé comme symbole de la technicité de la fonction. Cela impulsa un progrès notable ; toutefois parmi les effets pervers de cette tendance, la croyance en une causalité quasi parfaite entre la cause et l'effet s'amplifia. Plusieurs décennies après les modèles d'inspiration technique (Shannon et Wiener), la communication organisationnelle rejoindrait le domaine des sciences précises. Après avoir brièvement exposé les éléments constitutifs des progrès de l'évolution en communication d'entreprise, nous envisagerons les approches actuelles de quelques disciplines en analysant les limites d'une dimension trop fortement causale. Enfin, nous proposerons une nouvelle approche de la communication des organisations au travers de la notion de « sensibilité ». Cette communication sensible sera illustrée par des cas pratiques. Nous en présenterons les principes, nous en définirons les domaines et nous esquisserons un premier essai typologique.

URL : <http://communicationorganisation.revues.org/973>

Cordialement,

[Eurêkoi](http://www.bpi.fr) – Bibliothèque Publique d'Information

[www.bpi.fr](http://www.bpi.fr)