

## Candidature aux Trophées de la Communication et de la Presse en Normandie 2020

### Catégorie : Identité de marque

#### Présentation de Safran Nacelles

**Safran Nacelles** est une société aéronautique internationale de Safran. Elle est un leader mondial de l'intégration de nacelles de moteurs d'avion (structure qui entoure le moteur). Avec plus de 20 000 matériels en service, Safran Nacelles développe et produit une gamme de nacelles adaptée à chaque type d'aéronef : avions régionaux, avions d'affaires, avions commerciaux de plus de 100 places, moyens et longs courriers. Safran Nacelles emploie près de 4 000 personnes pour un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros en 2019.



#### Le contexte et la problématique de communication, les cibles

##### La Communication de Safran Nacelles, une fonction qui œuvre en coulisse

La Communication de Safran Nacelles, actuellement composée de 6 personnes (photo de droite prise en décembre 2019 où nous étions encore 11), est au service de la stratégie et des activités de l'entreprise et doit répondre aux évolutions. En interne, communiquer consiste à assurer une bonne circulation de l'information entre les différents acteurs, sites, métiers et directions afin d'accompagner les transformations, fédérer les équipes et développer le sentiment d'appartenance. À l'externe, il s'agit de préserver, promouvoir les produits et technologies et l'image de l'entreprise.



Alors qu'il faut des mois voire des années pour que les campagnes de communication portent leur fruit, depuis le début de la pandémie, dans un contexte d'omniprésence et d'instantanéité des médias, de dénigrement parfois sur Internet et de climat parfois « anxiogène », **la communication doit être rapide, efficace et performante en interne et surmonter les tempêtes médiatiques et digitales pour retrouver des eaux plus calmes à l'externe.**



*Stéphanie Agamennone, Directrice de la Communication de Safran Nacelles explique : « Les informations et données changeant en temps réel, l'objectif a été de repenser notre dispositif de communication interne comme externe pour s'adapter à ce contexte spécifique, communiquer rapidement en toute transparence et rétablir parfois la véracité de l'information ».*

## Le concept / l'idée / la stratégie de communication et les actions et outils mis en place

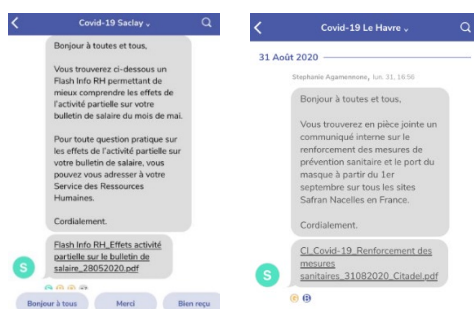
### La communication interne et de nouveaux moyens de communication

Les employés sont la principale richesse et le moteur de notre société donc il était important de communiquer fréquemment avec l'ensemble du personnel sans adopter un ton alarmiste et de renforcer les liens de confiance. Au niveau interne, la priorité fut donnée à la diffusion de toutes les informations nécessaires à contenir la crise sanitaire, à la protection de la santé et à la communication sur les actions de pérennisation des activités de l'entreprise. Depuis mars, l'équipe s'est donc concentrée sur la diffusion des consignes d'hygiène et de distanciation, de l'organisation du travail et de la situation sanitaire et économique de l'entreprise. Pour cela, l'équipe a dû repenser les moyens de communication habituels. Depuis le début de la pandémie, des communications régulières écrites ou en format vidéo ont été diffusées sur nos différents supports.



Exemples de vidéo de prévention des gestes sanitaires (à gauche) et de fond d'écran (à droite)

Dans ce contexte particulier, l'équipe Communication a également souhaité renforcer la communication managériale. Le rôle du manager est important en temps normal, il est primordial en situation de crise. C'est dans cette perspective que des réunions téléphoniques avec les managers hiérarchiques ont été mises en place afin de partager régulièrement la situation de la pandémie au niveau mondial, la situation chez Safran Nacelles et les adaptations pour faire face à cette pandémie afin qu'ils puissent relayer l'information auprès de l'ensemble des collaborateurs et répondre à leurs questions.



En parallèle des communications par emails classiques, Safran Nacelles a créé des Groupes Citadel Team<sup>1</sup> par site permettant de joindre le personnel non connecté. En effet, depuis plusieurs mois, seules 30% des personnes de Safran Nacelles avaient accès au réseau ou à leurs e-mails. Le reste de salariés étant en activité partielle.

La communication externe et l'adaptation à la dictature du temps

<sup>1</sup> Groupes de discussion virtuels créés pour chaque site de Safran Nacelles et uniquement accessibles sur invitations individuelles (e-mails professionnels ou personnels) et qui autorisent le partage de documents, de vidéos, etc. en temps réel.

Sur le plan externe, nous avons dû faire face à un afflux de demandes des médias suite à la nouvelle du 1<sup>er</sup> cas avéré chez Safran Nacelles et 1<sup>er</sup> cas avéré dans la région havraise. La couverture médiatique accordée au Covid-19 est conséquente et le nombre d'articles consacrés au virus n'a cessé de croître en France comme à l'international. En situation de crise, nous assistons à la dictature du temps : le temps est contraint, raccourci, rare, insaisissable et donc précieux en pareille situation. Par ailleurs, la première phase d'une crise est émotionnelle, ce dont s'emparent en premier lieu les médias pour ritualiser cet émoi et lui donner corps. Il est donc important d'être réactif, transparent et factuel.



**Dès le début de la pandémie, nous avons donc pris le parti de répondre aux sollicitations des médias.** En effet, ce sujet étant fortement émotionnel, nous avons souhaité être transparents et expliciter clairement la situation au sein de notre organisation, que ce soit sur les mesures mises en place ou l'impact de la transmission du virus dans notre société et dans l'industrie. Il a également fallu tenir compte du manque de disponibilité des journalistes et de notre équipe en partie en activité partielle. Dans ce contexte, à chaque demande, une réponse spécifique et personnalisée devait être apportée.

## Les résultats

En cette période de crise, un climat de confiance est instauré avec les salariés en interne, et à l'externe, les médias nous sollicitent car nous sommes une source d'information fiable.

La Direction de la Communication organise deux sessions par mois d'information avec les managers avec un taux de participation moyen de 70% (sachant que certains managers sont en activité partielle). Chaque manager a la responsabilité de redescendre les informations à son équipe.

Grâce aux groupes Citadel, les informations diffusées touchent 55% du personnel non connecté (que nous ne pouvions atteindre auparavant) et du personnel en activité partielle.

**Témoignages :** « *Ce petit mot pour te dire que je trouve remarquable/ exemplaire la communication organisée depuis mi-mars. Le niveau d'information et de transparence apportés dans des circonstances par ailleurs terribles, et les modalités, contribue à renforcer le lien entre les personnels de Safran Nacelles (Cela n'est que mon point de vue, mais je le ressens également en discutant avec ma propre équipe)* » Direction Technique.

## Pour conclure

### Passage d'une communication de crise sanitaire à une communication de crise économique

Gérer une crise est très dur. L'un des principaux défis est de ne pas perdre de vue ce qui est important pendant la crise, et après, être endurant. Safran Nacelles continue à communiquer régulièrement sur le protocole sanitaire. A cela s'est ajouté une communication régulière sur la situation économique et le dispositif d'activité partielle. Il est difficile de comprendre cette crise, de prendre conscience des impacts que cela engendre et d'adapter les mesures en temps réel. « *L'expérience que nous vivons est certes inédite et particulière mais elle est riche en enseignements, car vivre une crise de l'intérieur donne un point de vue privilégié. « Ce que nous avons appris, apprenons et apprendrons encore nous sera très utile dans le futur.* », conclut Stéphanie Agamennone.

Finalement, nous venons tout juste de renouveler notre certification EN9100<sup>2</sup> après 20 jours d'audits qui ont été réalisés par 3 auditeurs sur sept sites de Safran Nacelles et quel plus beau témoignage que l'un des points forts soulignés dans leur rapport final : « *Une communication importante mise en place durant la période de la crise du Covid-19 avec différents moyens et médias (tels que les emails, newsletter, vidéo) permettant à chacun d'avoir des informations sur le contexte et l'évolution de site.* »

<sup>2</sup> La norme EN 9100 est une norme européenne décrivant un système d'assurance de la qualité pour le marché aéronautique et spatial. La conformité à cette norme européenne ou à son pendant américain AS9100 est exigée par tous nos clients.