

catégorie communication interne



Contexte et problématique de communication, cibles

Contexte et problématique :

La nouvelle formule du journal interne de la **nouvelle collectivité fusionnée** en 2019, s'inscrit dans un nouveau contexte : un contexte d'installation induisant de nouvelles organisations, de nouveaux processus de travail, de nouveaux collègues, une nouvelle dimension géographique, de nouvelles compétences.

Les conséquences possibles : perte de repères et d'identités, dévalorisation, frustration, méconnaissance de l'autre, cloisonnement... Le cadre global ne change

pas, mais toute l'organisation est repensée.

L'objectif était de créer un nouveau journal pour les agents de cette nouvelle collectivité fusionnée, pour **les informer de la vie au sein de l'Agglo, pour les accompagner pendant et après la fusion, ainsi que pour développer le sentiment d'appartenance.**

Cibles :

Les **636 agents** de l'Agglo Seine-Eure



→ Découvrez le 1<sup>er</sup> numéro du P'tit Mag

## o **Concept, idée, stratégie de communication et actions mises en place**

**La ligne éditoriale est tournée vers les agents, le moins institutionnelle possible.**

Le « nous » est souvent employé pour donner un sentiment d'appartenance. La priorité est de parler d'eux et les mettre en avant sur les dossiers transversaux. Partis pris iconographiques et rédactionnels : privilégier au maximum les reportages photos (collaborateurs, équipes, lieux, métiers), les portraits individuels (regard, mains, environnement), et les photos d'équipe posées ou en action.

L'objectif était de créer **un journal qui ressemble à un magazine** : beaucoup de photos, d'illustrations, des articles courts, des brèves, des exergues et des encadrés qui donnent envie de lire et de parcourir les pages. Sans oublier le choix du format plus compact, pour une prise en main facile. **Le rubriquage a été pensé pour amener un ton léger**, tels que : les nouvelles fraîches, les nouvelles trombines, tous ensemble, l'info feel good, 24h chrono... Ce journal

invite aussi à découvrir les passions des agents grâce à une rubrique dédiée : « Partage ta passion ». La ligne éditoriale reflète le travail des agents et met en avant les dossiers transverses.

**Graphiquement**, le choix de la bichromie (par page) a été fait afin de rendre ce magazine plus élégant, mais aussi pour faciliter la lecture. Nous avons également sélectionné un papier offset et des illustrations « à la main » pour plus d'authenticité et de sincérité. Pour la 4<sup>e</sup> de couverture nous avons décidé de créer des campagnes internes.

On prend et on repose le P'tit Mag plusieurs fois, selon son humeur... On amène de l'info sérieuse, mais sans se prendre au sérieux !

**Le journal est co-construit avec les services.** Chaque article est relu par eux pour avoir leur avis et leurs suggestions.

Il est **réalisé entièrement en interne** : les articles sont rédigés par la chargée de communication interne, et la mise en page par la graphiste de la direction. Le tout chapoté par la directrice de la communication.

## o **Le support développé, descriptions et résultats**

Un **format plus compact** (18x23cm) a été choisi pour une prise en main facile. Nous avons également sélectionné un **papier offset** pour plus d'authenticité.

Le choix de ne pas dématérialiser le magazine a été fait afin de s'assurer que tous les agents y aient accès. Il est **distribué dans les bulletins de salaire** pour que les agents puissent le découvrir et le parcourir à la maison, dans un cadre moins formel. Il est aussi disponible en consultation sur l'intranet de la collectivité

Etant donné le fait que le journal est co-construit avec les services, cette façon de procéder est appréciée par eux car il n'y a pas de malentendus ou mauvaises interprétations. Les agents sont satisfaits car les infos sont nombreuses et courtes et vont à l'essentiel. Tous les retours sont positifs.



**Découvrez les autres numéros du P'tit Mag : n°2, n°3 et n°4.**