

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

### **Catégorie : Communication interne**

#### **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**

Jusqu'en décembre 2019 et sur les cinq dernières années, Safran Nacelles a connu une importante croissance et a repensé son organisation industrielle sur tous ses établissements en France et à l'international. La société a des performances économiques et financières en progrès, une profitabilité en hausse et participe à l'essor de Safran qui est devenu le 2<sup>e</sup> équipementier aéronautique au monde. A l'externe, le marché est très concurrentiel et les clients sont puissants.

Quels que soient les métiers et les compétences, les salariés contribuent chaque jour à la bonne marche de l'entreprise, à l'atteinte de ses résultats et à la tenue de ses engagements vis-à-vis de ses clients. D'un point de vue communication, il est important que l'ensemble des salariés soient bien informés du marché et de ce que la société ambitionne afin qu'ils puissent donner du sens à leurs actions, qu'ils s'investissent au meilleur niveau et qu'ils soient fiers de leur contribution.

C'est dans ce contexte de transformation du marché avant que nous soyons frappés de plein fouet par la pandémie du Covid-19 et de Safran Nacelles que la Direction Générale et la Direction de la Communication ont souhaité éclairer les employés sur ce qu'est devenu Safran Nacelles, d'expliquer le marché dans lequel la société évolue et se projeter dans les cinq prochaines années au travers d'une « vision ». L'objectif est que l'ensemble des 4 000 employés répartis en France et à l'étranger, de tous les niveaux hiérarchiques et ayant accès ou non à un ordinateur, aient reçu ces informations et surtout qu'ils en aient pris connaissance, qu'ils les aient comprises et qu'ils adhèrent.

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

Diriger un groupe d'hommes et de femmes ne consiste pas à gérer et être le chef d'orchestre du travail de chacun mais à créer les conditions de sa réalisation et donner du sens au travail accompli chaque jour. C'est dans ce cadre que la Direction Générale et la Direction de la Communication ont souhaité élaborer la vision de Safran Nacelles qui définit où nous voulons aller, qui permet de communiquer

clairement ce que nous désirons atteindre comme objectifs, de mobiliser et de motiver les équipes pour nous suivre dans cette vision. Cette vision a pour objectif de définir des objectifs communs et de coordonner les efforts de chacun. En effet, elle permet à chacun de situer sa contribution aux activités et aux projets dans la perspective d'ensemble qui donne sens à ce que les salariés sont, à ce qu'ils font, à ce que la société veut être et réaliser demain. La vision a vocation à être une source d'inspiration commune. Elle conforte la compréhension, la définition et la mise en œuvre des orientations, objectifs et projets. Pour cela, elle s'articule autour de trois axes : l'ambition, les missions et le métier.

La vision de Safran Nacelles a été écrite par le Comité de Direction après plusieurs réunions de travail avec l'appui d'un consultant interne et un consultant externe de la société CSP basée en Normandie. Il s'agit d'un texte de deux pages rédigé pour être compréhensible de l'ensemble du personnel.

Afin que la vision soit lue, connue, comprise et favorise l'adhésion de tout le personnel, la Direction de la Communication a établi le plan de communication suivant : dans un premier temps, Safran Nacelles a choisi un mode de diffusion par infusion en demandant au Président puis aux directeurs de Safran Nacelles de réunir leurs managers afin de leur lire et expliquer la vision. L'objectif de ces temps d'échanges est que les managers s'approprient la vision et réfléchissent aux interactions/impacts avec leur stratégie afin qu'ils puissent être en capacité de la partager avec leur propre équipe. Dans un second temps, la vision a été diffusée à tous les salariés de Safran Nacelles.



## Les supports développés, leurs descriptions

### - La lettre de la vision

La vision a tout d'abord été traduite dans la langue des pays où Safran Nacelles est implantée : français, anglais, allemand et arabe. Puis, elle a été mise en page afin que sa lecture soit plus agréable.

### - Le roadshow

Il s'agit d'une réunion d'information du Président de la société avec ses managers les plus proches qui est organisé dans chaque établissement. Ces rencontres sont l'occasion pour le Président de faire le point sur la situation de l'entreprise, faire passer des messages et échanger avec les managers. C'est durant une session de roadshow que le Président a expliqué la vision de Safran Nacelles et a demandé aux managers de la présenter et l'expliquer à leurs équipes.

### - La boîte à outils de communication de la vision de Safran Nacelles

Destiné aux managers, ce document décrit quelques éléments de langage, principes et propositions de méthodes pour faciliter l'appropriation de la vision Safran Nacelles, l'engagement de tous les salariés et la « connexion » de cette vision aux projets et actions de progrès et de développement en cours ou à venir dans la société.

### - Le mailing de la lettre de la vision au domicile des salariés

Cette lettre de la vision a été envoyée au domicile des 4 000 salariés de Safran Nacelles accompagné d'un courrier explicatif signé du Président de la société. A cette fin, la direction de la communication a fait appel à la société [Handirect Normandie](#) du Havre, société de service reconnue « entreprise adaptée » et membre des réseaux [UNEA](#) et [GESAT](#).

### - Le film de la vision

Afin de pouvoir donner vie à la vision et aussi toucher les salariés non connectés un film a été réalisé avec l'agence de production audiovisuelle [Nautille Production](#). L'objectif est de mettre au premier plan les salariés de Safran Nacelles dans leur cadre de travail. Pour traduire cette vision en image, le travail et le regard des salariés a été mis en avant. En premier lieu, parce que ce film s'adresse à eux et en second lieu, parce que c'est eux qui vont permettre de transformer cette vision en réalité. Préalablement, un texte inspirant résumant la vision a été rédigé. Il constitue le commentaire du film en reprenant les éléments de langage de la vision. Plusieurs salariés reprennent des phrases de ce texte de telle sorte qu'une fois le montage réalisé, l'ensemble constitue le commentaire du film et donc, la vision de l'entreprise. Chaque phrase commence par « nous ». Ce mode narratif a l'avantage d'apporter une forme dynamique très contemporaine tout en étant impliquant, participatif et inspirant.

Le film a été diffusé sur le réseau des télévisions internes de tous les établissements afin de toucher les 33% de salariés qui n'ont pas accès à un ordinateur. Le film a également été publié sur l'intranet de Safran Nacelles. 71% des personnes ayant accès à l'intranet ont vu le film.

### Les résultats :

La direction de la Communication a réalisé une campagne d'information multicanal. Ainsi, tous les salariés ont reçu la lettre de la vision et ont échangé avec leur manager pour la comprendre et se l'approprier.

### Témoignages de salariés :

« *Fantastic. Love it...* » Garry Ged, Programme PMO

« *Un bon film, en appui de la vision donnée par le Comité Exécutif à l'ensemble des salariés ! Et puis fierté d'avoir un des participants qui fasse partie de mon équipe, pour représenter le beau site d'Hambourg qui continue de monter en puissance !* » Xavier Chenin, responsable Qualité.

### Coûts et pour conclure :

Pour Safran Nacelles, il est important de responsabiliser et embarquer chacun des employés à tous les niveaux hiérarchiques sur leur contribution à la société. Les hommes et les femmes de Safran Nacelles sont notre principale ressource, le moteur de la société et il nous semble capital d'être transparent et de leur donner une vision, partager la mission, la stratégie et qu'ils aient conscience de l'importance de ce qu'ils font au quotidien pour contribuer au succès de la société. Élément d'autant plus important que nous traversons actuellement une période difficile. Pour un coût de près de 20 000€, l'implication du comité de Direction, de la Communication, des représentants de chacune des Directions, d'employés représentatifs de la société de toutes les Directions et pays où la société est implantée, d'un consultant interne au Groupe, d'un consultant externe de CSP, de Handirect Normandie et Nautille Production, nous avons donné un cap à l'ensemble de nos collaborateurs.