

La communication des CE : plus qu'une prérogative, un devoir d'élu !

Si les CE communiquent bien volontiers sur les activités sociales et culturelles, ils restent beaucoup plus discrets concernant leur mission économique. Pourtant, nombreux sont les élus qui regrettent que le CE soit seulement considéré par les salariés comme un grossiste de voyages, de billets ou de chèques-vacances. Mais quand vous leur demandez s'ils communiquent sur les actions liées à leur mission économique, ils sont nombreux à reconnaître que non. Cherchez l'erreur...

Une chose est sûre, il est utopique d'espérer intéresser les salariés à la mission économique de l'instance, aux enjeux de certains dossiers d'actualité traité en réunion plénière, si aucune information ne leur est fournie sur le sujet.

Comme pour les actions sociales et culturelles, les CE doivent communiquer. Certains CE choisissent par exemple de mettre en ligne les PV de réunion sur leur site internet : une initiative louable, mais sans doute insuffisante.



« Si les élus ne communiquent pas sur leurs missions économiques, qui le fera ? Certainement pas la Direction. »



Si le PV retrace les temps forts de la vie de l'instance en actant les consultations de la Direction et la position des élus, il n'est cependant pas l'outil idéal de communication. Parfois un peu long, parfois trop détaillé sur certains points relevant uniquement du dialogue social, les collaborateurs ne le lisent que peu, voire pas.

La newsletter du CE, une idée à creuser

Déjà submergés d'informations, les salariés ont besoin d'une information facile, claire et rapide d'accès. Par exemple, l'envoi mensuel ou bimestriel d'une newsletter peut être une solution intéressante ; son contenu évolutif peut s'adapter facilement aux sujets dictés tout au long de l'année par le calendrier social et économique de l'Entreprise ou par la gestion des ASC.

Avec une mise en page efficace facile à lire, et une alternance de sujets d'actualité, économiques et d'annonces liées aux activités culturelles, les CE peuvent informer les salariés, sans les lasser.

Sans chercher à créer l'évènement à chaque envoi de newsletter, le CE peut cependant proposer un rendez-vous intéressant, à l'occasion duquel le salarié-lecteur pourra à la fois trouver de l'information sur les chantiers principaux sur lesquels travaillent les élus, et découvrir les actualités ou informations liées aux offres sociales et culturelles en cours.

Exploiter tous les outils de communication

Pour toucher le maximum de salariés, il est important que les CE se dotent d'une identité visuelle propre, distincte de celle de l'Entreprise et qu'ils utilisent une large palette d'outils de communication : site Internet, plaquettes, e-mailings, catalogues, mais aussi les panneaux d'affichage.

Souvent délaissé faute d'emplacements efficaces ou au profit des nouveaux médias, le panneau d'affichage reste pourtant un support efficace de communication, si tant est qu'il soit utilisé à bon escient et de façon efficace. Lorsqu'ils prennent la forme d'un pêle-mêle de tracts, de formes, de tailles et de couleurs différentes et présentent des informations dépassées depuis longtemps, il est évident qu'ils n'intéresseront pas les salariés.

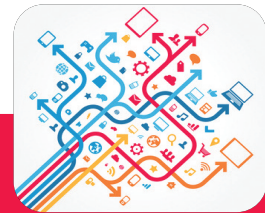
Au contraire, bien utilisé et bien pensé par le CE, le panneau peut se révéler efficace pour une communication de proximité. Pensez par exemple à délimiter des zones thématiques (Revendications, Offres ASC, Actualités), à assurer une cohérence graphique et, bien sûr, à mettre régulièrement à jour les informations affichées.

Communiquer envers et pour les salariés

Véritable courroie de transmission au sein de la société, les élus font remonter les observations du terrain vers la Direction, en même temps qu'ils servent de relais pour rapporter aux salariés les décisions prises par l'Entreprise. En prenant le temps de rédiger avec soin déclarations, avis ou autres flashes d'information sur les points saillants des réunions de CE, les élus permettent non seulement d'informer les salariés, de prouver l'utilité et l'importance des IRP, mais aussi de se positionner comme de véritables partenaires vis-à-vis de la Direction, au service du dialogue social.

Dans un contexte de professionnalisation des IRP et de la fonction de représentant du personnel, la communication prend tout son sens et toute son importance. Planifiée en amont et adaptée à la cible visée, elle doit aussi être complète, pour embrasser l'ensemble de l'action des Elus : la gestion des activités sociales du CE, mais aussi le travail relié à la mission économique. Et si ce n'est pas les représentants du personnel qui communiquent sur leurs actions et leurs missions : qui le fera ? Certainement pas la Direction.

Article rédigé par Arthur Georges et Benjamin Deviscourt,
Directeurs associés AB Report



4 questions à se poser pour bien communiquer

A qui je m'adresse ?

- Direction, salariés, inspection du travail, expert...

Quel est le but de mon message ?

- Déclencher des inscriptions, annoncer un événement, présenter une action du CE, revendiquer une position...

Quand ?

- rendez-vous périodiques, actualité chaude, période de croissance, de récession ou de morosité...

Comment mon message peut-il être compris ou interprété ?

- réflexion à avoir autour du choix du ton rédactionnel et du vocabulaire employé.

Quelle identité visuelle pour votre instance ?

Grâce à une identité visuelle spécifique, percutante et facilement identifiable, vous assurez la visibilité de votre CE, améliorez la communication autour de ses actions et renforcez le sentiment d'appartenance des salariés.

Un logo propre à l'instance, différent de celui de l'entreprise, est souvent le point de départ d'une bonne communication. Apposé sur les PV, les catalogues d'activités culturelles, les cartes de visites des Elus, présent sur le site du CE, les communications écrites envers la Direction, les salariés ou sur les courriers adressés aux fournisseurs et prestataires, il offrira à votre instance les prérequis d'une communication efficace et professionnelle.

Bon à savoir : dans le cadre d'une prestation sur-mesure, AB Report vous propose l'appui d'un graphiste, avec qui vous définirez les grandes lignes de votre nouvelle identité visuelle.

