

# Communication

## TERRITORIA OR

<b>Ville du Gosier</b> <b>Les griots ou le média humain</b>
--

### 1. Innovation en une phrase.

Création d'un média humain, composé d'un groupe d'agents volontaires, appelés "griots", dont la mission est d'aller à la rencontre des collègues pour leur porter un ou des messages en renfort de la communication interne.

2. **Mots clés** : Communication - Participation - Reconnaissance - Transversalité - Média.

### 3. Le besoin

Malgré de nombreux supports (notes de service, journal, messagerie...), le public interne est difficile à toucher intégralement, notamment en raison de la disparité des localisations (15 écoles, 5 bâtiments administratifs) et des situations de certains agents (pas d'ordinateurs ou de téléphones professionnels pour la plupart). De plus, les messages ne sont pas toujours lus ou compris. Or, certains sujets nécessitant plus d'implication, il était important de penser un "outil" de communication adapté, dans un contexte culturel marqué par l'oralité.

### 4. Les objectifs

- Impliquer davantage les agents par une communication de proximité
- Assurer la diffusion d'informations simples, efficaces, dans le cadre d'une transmission conviviale et personnalisée, pour renforcer le sentiment de cohésion et d'appartenance

### 5. La description de l'innovation

**Qui** : La proposition est venue de la directrice de la communication, de l'évaluation et de la conception innovante (CECI)

Acteurs, partenaires : les agents volontaires déjà impliqués dans le projet de rédaction de la Charte des Valeurs, pour une première expérimentation avant déploiement, la direction des RH, la direction générale des services.

**Pour qui** : les agents de la collectivité (670 agents)

#### **Quoi** :

Le concept de "griot" est inspiré d'un terme désignant, en Afrique, des conteurs, généalogistes ou historiens. Le griot est la mémoire d'une famille, d'un village, d'un pays.

Ciment social, gardiens des traditions, les griots, dans le cadre de ce projet, sont des agents amenés à aller au contact des collègues pour leur communiquer directement un certain nombre d'informations internes.

Les campagnes de terrain des griots sont organisées avec le CECI, sur la base d'objectifs, de calendriers et de sites de passage.

Des disponibilités horaires sont accordées aux griots pour se rendre sur le terrain durant le temps de travail.

Ces visites font l'objet d'une information en amont tant des responsables des griots que de l'ensemble des chefs de services, invités à bien recevoir les griots.  
Des supports peuvent être mis à leur disposition pour appuyer leurs interventions.

**Quand** : Expérimentation : d'octobre 2017 à décembre 2018, avec l'organisation de deux campagnes d'une à deux semaines, l'une dans le cadre des vœux du maire au personnel et l'autre dans le cadre de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail.

## **6. Les moyens humains et financiers**

26 agents volontaires et le pôle CECI.

**Budget** : c'est une action réalisée à moyens constants, avec mise à disposition d'autorisations d'absence de deux à quatre heures par jour sur la durée de la campagne, en fonction du planning défini et validé par la direction des Ressources Humaines.

## **7. L'évaluation de l'innovation**

### **Impact** :

La première campagne a fait adhérer 80 personnes au projet d'organisation d'un spectacle dans le cadre des vœux du maire au personnel.

La seconde campagne, organisée à l'occasion de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail, a permis l'enregistrement de près de 400 inscriptions aux ateliers, formations et temps d'échanges organisés autour du bien-être au travail.

De plus, les griots se sont particulièrement investis dans la conceptualisation, l'organisation et la coanimation de ces manifestations. Ainsi ont-ils proposé la présentation de saynètes pour illustrer les valeurs de la collectivité de manière théâtrale.

### **Bilan** :

L'expérimentation du dispositif ayant été lancée dans le cadre du déploiement de la Charte des valeurs, il a été facile de s'appuyer immédiatement sur un groupe préexistant, impliqué et désireux d'incarner un projet commun.

Le terme de griot a eu un réel effet fédérateur, les agents se revendiquant désormais griot ou griotte.

Les collègues visités se sentent d'autant plus considérés qu'on est venu en personne leur communiquer une information, ce qui est gratifiant.

### **Potentiel** :

À l'heure du numérique, toute collectivité rencontrant des problématiques de communication interne ou de conduite du changement peut utilement mobiliser et valoriser un groupe d'agents volontaires.

Celui-ci sera le mieux à même de transmettre diverses informations aux collègues, renforçant le sentiment de reconnaissance de ces derniers.

Il convient ensuite de cadrer les contenus à diffuser et les modalités pratiques d'intervention de terrain (horaires, autorisations d'absence, information des supérieurs hiérarchiques).

### **Projet d'évolution** :

Fin 2018, une évaluation devra aboutir à la rédaction d'une fiche de mission du griot, précisant les conditions d'exercice et de reconnaissance par la collectivité.

Par ailleurs, des appels à manifestation d'intérêt seront lancés pour assurer un renouvellement de l'équipe et maintenir le dynamisme des campagnes de terrain.