|  |
| --- |
| **PROJET STMG RH et Communication** |
| LOGO Clic'innoV |

**Clic’innoV** est une agence de conseils en communication située à Lunel. Elle a pour objectif d’optimiser la communication des entreprises et de les aider dans la réalisation de tous leurs supports de travail. Elle vise notamment à **accompagner durablement** les entreprises dans le développement de leur stratégie de communication globale, apportant ainsi son expertise et son savoir-faire.

Pour cela, elle **analyse les réalités de leur marché grâce à un audit** et propose des orientations de communication les plus pertinentes possibles. Sa volonté est de fournir des **prestations de qualité,** du conseil à la réalisation, de la création graphique à l’impression, de la rédaction d’un journal d’entreprise à la mise en ligne de pages Web.

**Clic’innoV** imagine, conçoit et réalise pour tout type d’organisation des stratégies de communication innovantes visant à permettre leur développement. Pour répondre à ce besoin, elle propose des prestations sur mesure autour de quatre grands pôles d’activité :

* Pôle « **Conseils en communication** » : audit, créations graphiques, stratégie de communication.
* Pôle « **Création** [**Graphisme /**](http://www.a2web.fr/graphisme-internet.php) **Web**» : création de logo, charte graphique, site web…
* Pôle « **Stratégie commerciale** » : prospection, suivi clientèle.

Ses principaux clients sont des PME et TPE implantées dans le Languedoc-Roussillon.

Ces dernières années, le nombre de TPE situées à Lunel et ses environs s’est accru. L’agence doit faire face à une forte demande et sollicite davantage ses salariés. Ils sont sous pression et se plaignent de leur surcharge de travail. Cela a instauré un mauvais climat social au sein de l'agence. Mme ROSSI, Directrice, mesure les conséquences négatives impactant la qualité du travail de ses collaborateurs.

Cette baisse de la qualité du travail se retrouve plus particulièrement au pôle « **Création** **Graphisme / Web** ». Afin de soulager la charge de travail de ce pôle et de répondre aux besoins des organisations tant en matière de démarche de développement durable qu’en terme de développement d’une plateforme communautaire, la directrice de l’Agence, Alice ROSSI, décide de créer un nouveau pôle appelé « **Plateforme Eco** **communautaire** ». Cette orientation vise à développer les actions de communication des organisations vers l’échange et le partage de l’information tout en respectant une démarche de développement durable. La création de ce nouveau pôle va permettre la mise en œuvre d’une démarche de GPEC tenant compte prioritairement du potentiel interne de ses salariés, telle est la volonté de Mme ROSSI. Toutefois, elle n’exclut pas un mode de recrutement externe, si nécessaire.

Mme ROSSI est confrontée à un problème inquiétant et qui prend de l’ampleur au fil des mois : le pôle «  **Création graphique/Web** » dirigé par Rémi LESPARRE connaît un nombre deux fois plus élevé de jours d’absences pour congé maladie. De plus, malgré de multiples mises en garde, Rémi LESPARRE continue à cumuler les absences et retards pour convenance personnelle. Mme ROSSI réfléchit à une action permettant de remobiliser ce salarié ainsi que l’ensemble de ses collaborateurs.

Votre mission : Proposez à Mme ROSSI toutes les mesures susceptibles d’être mises en place afin d’améliorer le fonctionnement de l’agence **Clic’innoV**.

**Annexe 1**

**FICHE D’IDENTITE**

|  |
| --- |
| LOGO Clic'innoV  Agence **Clic’innoV**  Activité : Conseils en communication  Siège social :  Le Belvédère  48 rue des Violettes 34400 LUNEL  Téléphone : 04 67 86 45 21 Fax : 04 67 86 45 00 E-mail : [contact@clicinnov.fr](mailto:contact@clicinnov.fr) Site : [www.clicinnov.fr](http://www.clicinnov.fr)  Directrice : Alice ROSSI  RCS : 497 596 532 131 0021  - Code NAF 765 E - Sarl au capital de 5 000 €  TVA Intracommunautaire **:** FR70498595314 |
| Nombre de salariés : 51 dont 2 travailleurs handicapés |
| Date de création : avril 2003 |

**Annexe 2**



**ORGANIGRAMME DE STRUCTURE**

**Directrice**

Alice ROSSI

**Assistante manager**

Charline THERON

POLE **Stratégie** c**ommerciale**

Nelly PRADO

POLE **Création graphique/Web**

Rémi LESPARRE

POLE **Conseils en communication**

Barbara DE COSTER

**Assistante de gestion**

Sandra BOUZIDI

**Assistante de gestion**

Jules RIDE

**Assistant de gestion**

Léa MARIN

**Chargés d’audits**

Eric FERREN

Mégane GALES

Laetitia MARQUEZ

Clara BERNARD

Thomas PELLERIN

Marielle BOUDOU

Tatiana SMIRNOV

Marion LORENZO

Nathan MACRON

Martine PASTOR

Liam PAYOUS

Clémence SANIEZ-MACRON

**17 Commerciaux**

**Graphistes/Webmasters**

Carole BELLINO

Isabelle FLEOUTER

Sarah GRAND

Joachim LOPES DE LIMA

Vincent HOME

Corinne LARMANO

Cédric LOMBARD

Véronique MOULESSE

Maria FERNANDEZ

Elodie RUGGIERI

Lisa SANCHEZ

Alice BOUGETTE

Victor DA CRUZA

Gilles POTERLOT

Dernière mise à jour : Janvier N-1

**Annexe 3**

**DETAILS DES PRESTATIONS PROPOSEES PAR Clic’innoV**

* Pôle **Création graphique/Web** :

Les missions du pôle est la conception de supports suivants :

* Logo, charte graphique,
* flyer, affiche, dépliant commercial,
* carte de visite,
* brochure,
* en-tête de lettre, enveloppe,
* menu, calendrier,
* auto-collant.
* création de site Internet,
* référencement ciblé et adapté au budget.
* Pôle **Conseil en communication** :

Ce pôle agit sur la stratégie de communication des entreprises et a pour mission :

* Audit (analyse détaillée du marché, de la concurrence, des cibles, de la clientèle, des objectifs, des résultats),
* étude des moyens de diffusion de l’image et création des supports de communication (lien avec le pôle **Création graphique/Web**),
* suivi d’une véritable stratégie de communication et réajustement.
* Pôle **Stratégie** c**ommerciale** :

Ce pôle agit sur l’action commerciale auprès des entreprises et a pour mission :

* Prospection commerciale,
* suivi des clients,
* livraison des services sur site.

**Annexe 4**

**EXTRAIT DE LA REUNION DU MARDI 06 JANVIER N**

**Présents :**

* Alice ROSSI, Directrice de l’agence **Clic’innoV**
* Rémi LESPARRE, Chargé du pôle « Création graphique/Web »
* Barbara DE COSTER, Chargée du pôle « Conseils en communication »
* Charline THERON, Assistante manager
* Nelly PRADO, Chargée du pôle « Stratégie commerciale »

**Alice ROSSI** : je vous ai réunis aujourd’hui pour mener une première réflexion collective sur la mise en place d’un nouveau pôle qui aurait pour vocation de référencer nos clients dans les communautés virtuelles et développer ainsi leurs actions de communication au sein des réseaux sociaux, le tout dans une démarche de développement durable. Que pensez-vous de cette idée ?

**Rémi LESPARRE** : Bof, nous avons suffisamment de charge de travail comme ça ! *(agacé)* Notre service est déjà débordé !

**Charline THERON** : Personnellement, je ne comprends pas bien la finalité de ces plateformes communautaires virtuelles.

**Alice ROSSI** : Il s’agit de permettre à nos clients de prolonger la relation créée avec leurs consommateurs : ils peuvent se retrouver pour partager leur expérience, échanger des conseils, voir se rencontrer physiquement. Le rôle du client qui met en place cette plateforme communautaire est d’animer et de repérer les liens qui vont se tisser entre les membres de la communauté.

**Charline THERON** : Si je comprends bien la finalité est de fidéliser les clients en maintenant un échange permanent entre l’entreprise qui met en place cette plateforme et ses clients ?

**Alice ROSSI** : Oui, c’est tout à fait ça. Je suis convaincue que notre agence doit suivre l’évolution technologique pour nous permettre de répondre au mieux à la demande de plus en plus fréquente des entreprises. Pour cela, je souhaiterais la participation de chacun de vous afin de trouver des idées relatives à cette mise en place et plus précisément sur le choix du ou des réseaux à explorer. Quelles sont vos suggestions ?

**Charline THERON** : Nous pourrions effectuer d’abord des recherches pour connaître les réseaux sociaux les plus fonctionnels et pertinents.

**Nelly PRADO** : Pourquoi perdre du temps ? il me semble que celui qui est le plus utilisé est le réseau Facebook !

**Rémi LESPARRE** : Facebook, Facebook, on n’entend parler que de Facebook ! Je pense que ce n’est pas le réseau social le plus pertinent pour proposer des actions de communication à nos clients. Nelly, ce n’est pas parce que tu passes ton temps sur Facebook que nos entreprises clientes doivent l’être aussi ! Et puis, Facebook n’est pas un réseau social professionnel !

**Charline THERON** : Tu te trompes Rémi, ce n’est pas un réseau social limité au partage de données personnelles : de très nombreuses entreprises choisissent ce réseau pour communiquer, même à l’interne.

**Alice ROSSI** : Attendez, chacun doit s’exprimer librement ici, d’accord ? (*sur un ton ferme*). On est là pour réfléchir ensemble et trouver une ou des solutions possibles. Je pense effectivement que le phénomène Facebook est une piste intéressante que nous devrions approfondir. Il faut intégrer la notion de développement durable pour que nos clients puissent affirmer une démarche de développement durable en matière de communication. Et vous Barbara, quelles sont vos idées sur le sujet ?

**Barbara DE COSTER** : Facebook ou Twitter me semblent adaptés. (*timidement)*

**Alice ROSSI** : Vous pourriez nous en dire plus Barbara ?

**Rémi LESPARRE** : Allez Barbara, exprime-toi ! *(sur un ton ironique)*

**Barbara DE COSTER** : On a tous un profil sur Facebook ou Twitter, on aura davantage de facilités à le mettre en œuvre pour nos clients. D’autre part, en matière de développement durable, il faudrait qu’on effectue des recherches sur les différents labels internationaux pour en connaître les critères et les proposer ainsi à nos clients.

**Nelly PRADO** : J’ai entendu parler de la **communication responsable**, elle intègre les bonnes pratiques du développement durable en mettant en place **une stratégie d'« éco-conception »** et **d'« éco-communication »**.

**Rémi LESPARRE** : C’est un peu flou, tu pourrais en dire plus ?

**Nelly PRADO** : Ce que j’ai retenu, c’est qu’afin de réduire au maximum l'impact environnemental de la communication des entreprises, il existe des solutions d'édition pouvant bénéficier des labels **Imprim'vert**, **PEFC** ou **FSC** et appliquant la norme **ISO 14001**. Pour l’instant, je n’en sais pas plus mais je pense que nous devrions étudier cette piste-là.

**Alice ROSSI** : Une étude est nécessaire effectivement. Nous pourrions même étendre notre offre à l’interne, c’est-à-dire entre l’entreprise et ses salariés et pas seulement entre l’entreprise et ses clients…

[…]

**Annexe 5**

**DEVELOPPEMENT DURABLE**

La communication d’entreprise doit prendre en compte les considérations du monde moderne. Les objectifs sociaux et économiques de toute organisation actuelle sont désormais rejoints par les préoccupations **écologiques**. Les ressources à notre portée et les actions pouvant être mises en place peuvent conduit à un développement se voulant équitable, vivable et viable : le **développement durable**.

Les **dispositifs** mis en place dans les entreprises et les **agendas 21** dans les collectivités territoriales ont amené les professionnels à se sensibiliser et à s'impliquer dans le développement durable.

L'objectif du développement durable en matière de communication n'est pas seulement de dématérialiser les supports d'information papier. En effet, c’est une analyse qualitative « avantages – inconvénients » qui démontre que ce processus n'améliore pas la qualité environnementale des produits.

Source : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/>

**Annexe 6**

**ENTRETIEN DU 15 JANVIER N  
ENTRE ALICE ROSSI ET REMI LESPARRE**

(Rémi LESPARRE est salarié depuis le 15 novembre 2009)

**Alice ROSSI :** Entrez dans mon bureau Rémi et asseyez-vous, je vous en prie.

**Rémi LESPARRE** : Merci.

**A.R.** : Rémi, je vous ai demandé de venir aujourd’hui pour vous parler d’un dysfonctionnement au sein du pôle « Création graphique/Web » que vous managez. En effet, je constate que le nombre de jours de congé maladie est deux fois supérieur à celui des autres pôles. Outre ce constat, s’ajoute vos trop nombreuses absences injustifiées. Je viens d’éditer votre calendrier individuel des absences pour l’année N-1. A certains moments, le service se retrouve totalement désorganisé. Or, c’est le pôle le plus prisé par nos clients. Je voudrais savoir ce qu’il se passe.

**R.L.** : En ce qui me concerne, si je ne suis pas venu travailler certains jours, c’est que j’ai eu des empêchements graves !

**A.R.** : Des empêchements graves dites-vous ? Lorsque je reprends vos jours d’absence, je note qu’ils se situent majoritairement avant ou après les week-ends, soit les lundis, soit les vendredis. J’en déduis que vos week-ends ne sont pas suffisamment longs ?!! (*ton ironique*).

**R.L.**: Mais madame, j’ai toujours rattrapé mon travail en retard. Et puis, je suis stressé, j’ai l’impression de ne pas toujours être efficace avec une équipe qui ne manifeste aucune implication. Je ne m’entends pas avec certaines personnes, notamment avec Martine PASTOR qui sait toujours mieux que tout le monde et Jules RIDE qui passe son temps à lire ses mails personnels et qui ne supporte aucune remarque ! Il n’y a qu’avec Vincent et Lisa que je m’entends vraiment très bien.

**A.R.**: Rémi, on n’organise pas son temps de travail à sa guise ! Il existe un règlement intérieur qu’il serait souhaitable que vous respectiez, comme tous vos collègues. Il se trouve que vos absences nuisent au bon fonctionnement de ce pôle. De plus, j’ai remarqué que vous pouviez avoir un comportement intolérant, voir agressif lors des réunions. Il nous faut réfléchir à des solutions pour vous mais aussi pour votre équipe. Avez-vous des suggestions à formuler ?

**R.L.**: Sincèrement, non, je ne vois pas…

**A.R.**: Bien, voici ce que je vous propose : nous allons réfléchir chacun de notre côté et d’ici une quinzaine de jours, je reviendrai vers vous pour vous faire part de mes propositions et pour écouter les vôtres…

[…]

**Annexe 7**

