



PRIX DE LA COMMUNICATION SUR LA TRANSFORMATION

COM-ENT D'ARGENT

TRANSFORMATION EVERYDAY

Entreprise : Groupe RATP Agence : HAVAS EVENTS

Date : 01-2021 / 12-2021

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Fin 2024, le groupe RATP devra faire face à l'ouverture à la concurrence de son réseau historique de Bus en Île-de-France. L'enjeu est immense pour le Groupe qui doit relever un défi culturel, organisationnel, managérial et opérationnel sans précédent. L'arrivée de Catherine Guillouard à la tête du Groupe en 2017 marque le lancement d'un plan stratégique ambitieux. En 2021, malgré une période sanitaire, le programme se déploie et la transformation s'accélère : les organisations ont déjà évolué et les choses changent... très vite ! Côté

communication, il s'agit de mobiliser tous les niveaux de l'entreprise en interne : les premiers appels d'offres arrivent et l'avenir du Groupe se joue sur sa capacité à réussir sa transformation.

POUR QUI ?

La transformation du Groupe RATP se vit tous les jours, à tous les niveaux de l'organisation : de l'encadrement aux opérationnels, tous les collaborateurs y participent et y sont confrontés. Transformation EveryDay, c'est donc d'abord raconter la transfo au fur et à mesure de ses avancées et toucher l'encadrement : 650 top managers et 12.000 encadrants, avec un discours et des outils



**TRANSFORMATION
EVERYDAY**

Transformation EveryDay, c'est le label qui valorise et communique sur les initiatives mises en œuvre, à tous les niveaux de l'organisation, pour accompagner et réussir la transformation du groupe RATP.

**RATP
GROUP**

communs, pédagogiques et cohérents. L'objectif ? Impliquer, soutenir, outiller au rythme de l'actualité, et ainsi faciliter le relai auprès du plus grand nombre. Mais, c'est aussi faire la preuve de la transfo à tous les niveaux de l'organisation en proposant des contenus portés par les collaborateurs qui agissent au quotidien. L'objectif ? Valoriser la réalité de la transfo, partager ses avancées et en inspirer de nouvelles.

COMMENT ?

Transformation EveryDay (TED) c'est aller vite, suivre l'actu, parler à tout le monde, s'adapter au digital... mais aussi :

- Un storytelling vidéo : un « pitch » et des vidéos de décryptage pour raconter et partager des éléments de langage communs.
- Des rencontres online : deux formats rituels sur des sujets d'actus pour informer, échanger, mais aussi sonder et faire remonter de l'information.
- Des contenus « à la carte » variés et digital-friendly pour s'informer facilement et rapidement.
- Un réseau d'ambassadeurs, les « Teddy's », des volontaires « beta-testeurs » réunis pour relayer et faire remonter les infos de transfo sur le terrain.
- Une plateforme dédiée sur intranet pour retrouver les contenus produits, les replays des événements, un lexique, un FAQ, un fil d'actus... bref, tout le topo de la transfo !

QUELS RÉSULTATS ?

Entre une échéance 2024 qui se rapproche, une transformation qui s'accélère et de grands enjeux sociaux pour les collaborateurs, le dispositif TED remporte une forte adhésion en interne. Alliant une posture d'écoute, une tonalité « sans filtre », didactique et des formats d'échanges quotidiens, TED traite les sujets remontés du terrain, repère les preuves de la transformation et les décrypte pour en faire des outils de communication à l'usage de toutes et tous.

Aujourd'hui TED c'est :

- 2 live mensuels : « Parlons Transformation » et « Tout Comprendre sur » avec + de 3000 participants / session et 70% de taux de satisfaction
- 144 questions répondues en direct
- Une communauté de 80 Teddy's
- Des dizaines de contenus et supports vidéos
- + de 15 000 vues (pour le dernier trimestre 2021) sur les vidéos et replays publiés sur l'intran

