

SADC

Société
d'aide au développement
des collectivités

BELLECHASSE-ETCHEMINS

GUIDE : JOURNAL INTERNE

Les objectifs

Le présent document a pour but de supporter un dirigeant d'entreprise à l'implantation d'un journal interne pour les employés de son entreprise. Les différents aspects traités sont les suivants : le contenu, le format, la fréquence, le numéro zéro et des exemples de journaux internes.

Voici les cinq principaux objectifs qui sont habituellement recherchés dans un plan de communication comme un journal interne selon une étude des HEC.

1. Informer les employés sur la mission, les valeurs et les orientations de l'entreprise;
2. Développer le sentiment d'appartenance;
3. Améliorer la communication dans les deux sens (employeur employé);
4. Mobiliser les employés;
5. Améliorer la qualité de vie des employés.

Aussi, par sa nature, un journal interne informe, motive, rassemble, divertit et permet d'éliminer les rumeurs.

Le contenu du journal interne

Il faut prendre soin de bien choisir les sections et les renseignements qui seront inclus dans le journal interne. La meilleure façon d'effectuer ce choix est de déterminer les besoins de l'entreprise à combler avec cet outil de communication. Un sondage interne auprès des employés peut aussi orienter les besoins du journal. Cependant, si un sondage est réalisé, il ne faut pas oublier de tenir compte des résultats émis par les employés dans la création du journal.

Le journal interne doit concerner uniquement les employés et, dans une moindre mesure, les autres personnes touchées par les activités de l'entreprise. En effet, lors de la rédaction du journal interne, ses auteurs doivent toujours garder à l'esprit un élément fondamental : le journal interne participe à l'image de marque de l'entreprise. Les partenaires, les visiteurs, les clients, les fournisseurs et les membres des familles des employés peuvent d'une façon ou d'une autre, avoir accès au journal interne.

La rédaction du journal doit être conséquente à chaque nouvelle parution. Les employés s'apercevront de la disparition d'une section ou de l'apparition d'une nouvelle partie et se questionneront. Y a-t-il de l'information cachée? Pourquoi une nouvelle section qui parle de ce sujet? Si une section, pour une édition donnée du journal, ne contient pas d'information, il ne faut pas la supprimer du journal, mais faire mention qu'il n'y a pas d'élément pour cette parution.

Afin de demeurer constant, il vaut mieux définir les besoins d'information à long terme avant de publier les premières éditions. Il est aussi recommandé d'inclure la participation des employés dans la rédaction du journal interne pour que ce dernier soit la voie démocratique de l'entreprise et non seulement la voie de la direction.

Quels sont les sujets que l'entreprise veut traiter dans le journal interne?

Il est préférable de regrouper les éléments en quelques sections qui seront récurrentes à chaque édition du journal. Voici des suggestions de sections d'un journal interne et les différents éléments qui peuvent être inclus.

Section « Entreprise »

- La mission, les valeurs et les politiques;
- Les orientations, le développement et les investissements;
- Les prix remportés;
- L'historique de l'entreprise (naissance, parcours, évolution, bâtisseurs).

Section « Rendement et performance »

- La production, la qualité et les ventes;
- Le respect des soumissions et des échéanciers.

Section « Gestion des ressources humaines (GRH) »

- La formation;
- La santé et la sécurité au travail;
- Les mouvements de personnel et les nominations;
- Les départs à la retraite et les anniversaires de service.

Section « sociale »

- Les anniversaires;
- Les souhaits de bienvenue pour les nouveaux arrivants;
- Les nouvelles sur les employés (condoléances en cas de décès d'un proche, naissances, exploits ou talents exceptionnels).

Si une section de ce genre est incluse dans le journal interne, il ne faut pas en perdre le contrôle. En effet, la dynamique et le fonctionnement de cette section doivent être connus de tous les employés. Est-ce qu'il s'agit d'une boîte où les employés déposeront leurs textes et photos?

Les potins et ragots peuvent blesser et n'apportent pas de valeur réelle à la communication entre la direction et les employés. On n'utilise pas de photographie sans autorisation et l'on demande une relecture des textes par les personnes mises en cause. Les employés doivent aussi être avertis que toutes les informations qu'ils transmettent pour le journal ne seront pas nécessairement publiées. La section « sociale » d'un journal interne est souvent la plus populaire et fera en sorte que le journal sera lu par les employés.

Section « À venir »

- Les visites (clients, fournisseurs, inspecteurs);
- Les participations à des expositions;
- Les dates importantes (vacances, fermetures temporaires).

Section « Divers »

- Les réponses aux questions des employés;
- Les éléments divertissants (humour, bandes dessinées).

Cette section permet d'ajouter certains éléments ponctuels sans être obligé de créer une nouvelle section pour une seule édition.

Certains éléments à ne pas oublier dans le journal interne :

- Le numéro séquentiel (volume, année, mois, numéro, etc.);
- La date de parution de la prochaine édition;
- La date de tombée des textes pour la prochaine édition;
- La table des matières, au besoin;
- Le crédit à accorder aux personnes pour les textes et photos;
- Une adresse de messagerie ou un numéro de téléphone pour les textes, photos ou suggestions.

Le format

L'aspect du format touche plusieurs éléments : la forme graphique, le logiciel utilisé pour créer le journal et son nom. Vous devrez aussi évaluer si vous devez faire une version papier ou si une version électronique suffit.

La forme graphique peut varier énormément, mais elle doit demeurer concise pour susciter l'intérêt. Laissons les longs éditoriaux aux grands quotidiens! On doit tout de même utiliser un style journalistique : des phrases efficaces et un vocabulaire simple. La fréquence de la parution influencera le format : une sortie hebdomadaire peut se retrouver sur deux pages tandis qu'une sortie trimestrielle prendra peut-être plusieurs pages.

Le logiciel utilisé peut être un logiciel de traitement de texte comme Word ou un logiciel permettant une mise en page plus soignée tel Publisher ou Canva. Ce dernier possède déjà des modèles de départ de journal interne. C'est la première parution qui est la plus longue à réaliser, car elle contient une phase de création. Par la suite, la tâche est simplifiée, car on repart du modèle précédent. Les lecteurs auront ainsi des points de repère et « s'approprient » le journal en le lisant dans l'ordre qui leur convient le mieux.

Le nom donné au journal interne n'est pas à négliger. Il doit refléter l'esprit de l'entreprise, être rassembleur et être non discriminatoire. S'il est proposé par un employé, il faut s'assurer qu'il n'a pas pour but de blesser quelqu'un ou de ridiculiser l'entreprise de façon subtile.

La fréquence

La fréquence du journal interne dépend de trois éléments importants : le temps qu'on peut consacrer à sa création, le flot d'informations à émettre et l'importance de la fréquence pour les employés. La parution doit se faire selon un calendrier précis et respecté. Mieux vaut un journal interne trimestriel qui paraît à temps qu'un journal interne mensuel dont certains mois sont absents, faute de temps pour le réaliser!

Le tableau suivant montre les avantages et les inconvénients des fréquences possibles. Il faut choisir le meilleur compromis selon la situation de l'entreprise.

Fréquences	Avantages	Inconvénients
Courte (hebdomadaire, bimensuelle ou mensuelle)	– Les employés sont informés rapidement et fréquemment. – Le tir peut être corrigé rapidement en cas d'erreur ou d'omission dans l'information transmise. – L'impact sur la motivation des employés est augmenté.	– L'information doit être suffisante pour que le journal interne ait du contenu. – Le rédacteur doit être discipliné et mobilisé pour réaliser le journal de 12 à 52 fois par année. – La sortie du journal interne n'est pas un « évènement ». Les employés sont moins assidus à en faire la lecture, car il y a trop de parutions.
Longue (2 à 6 fois par année)	– Le temps passé à préparer la parution du journal est faible.	– Lors de la parution, l'information a peut-être perdu de sa pertinence. – L'intérêt du rédacteur peut être moindre pour une tâche qu'il réalise quelques fois par année seulement. – Une routine de rédaction est difficile à atteindre. L'apprentissage doit donc se faire constamment.

Le numéro zéro

L'étape du numéro zéro, expérimental, précède la diffusion du premier numéro. Il est diffusé auprès d'un échantillon de lecteurs. Ce comité de lecture apportera aussi quelques éclairages à vos articles. Ils analyseront si le contenu est conforme à la culture d'entreprise, si le ton est adéquat, si le message est clair, la présentation attirante, etc.



SADC

Société d'aide au développement
des collectivités

BELLECHASSE-ETCHEMINS

494-B, rue Principale
Saint-Léon-de-Standon, Qc
G0R 4L0

T : 418 642-2844

T : 1 866 642-2844

info@sadcbe.qc.ca