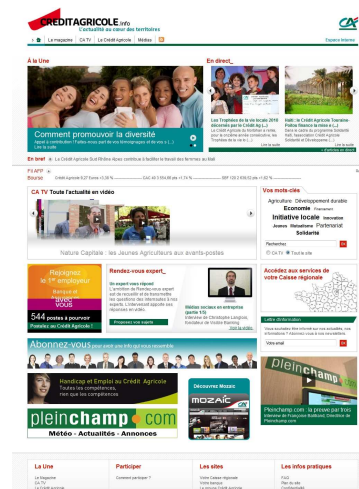


RESEAU SOCIAL D'ENTREPRISE

La FNCA dynamise sa communication et offre aux 160 000 salariés du Crédit Agricole de vrais outils collaboratifs

Pour faire connaître les initiatives émanant des 39 Caisses régionales et changer la manière de communiquer au niveau du Groupe, la Fédération Nationale du Crédit Agricole (FNCA) a mis en œuvre un site Web alliant communication Internet et espaces collaboratifs, auquel elle a associé un réseau social rassemblant déjà plus de 3 000 participants.



La FNCA en bref

Activité : La FNCA est l'instance de réflexion, d'expression et de représentation des Caisses régionales de Crédit Agricole. Elle joue un rôle de chambre professionnelle, assurant la synthèse des débats nés du terrain, et représentant le Groupe auprès des pouvoirs publics, des organisations professionnelles et des instances du monde coopératif et mutualiste

Effectif : 120 personnes au service des 160 000 collaborateurs du groupe

LE DEFI

Instance politique, mais aussi chambre professionnelle, la Fédération Nationale du Crédit Agricole (FNCA) est au service des 39 Caisses régionales coopératives et mutualistes qui, avec 7 088 agences, composent le premier réseau français de banque de proximité. Véritable lieu de réflexion et d'échange pour tous ses adhérents, elle fait notamment connaître leurs nombreuses initiatives, mais crée aussi des communautés de personnes, afin de mettre les compétences en relation. Pour ce faire, la Fédération s'était dotée, dès 2004, d'un Intranet et de différents outils multimédia (catalogue interactif, ateliers collaboratifs pour les cadres dirigeants et les responsables métiers...), afin d'échanger sur les bonnes pratiques des Caisses. Mais cette communication s'inscrivait dans un système d'information pour l'essentiel descendant, qui ne favorisait pas l'interaction et la participation de tous les collaborateurs. « Or, notre ambition était que toutes les Caisses régionales puissent valoriser collectivement leurs initiatives à l'intérieur du Groupe, mais également auprès des sociétaires, des clients ou des prospects. C'est la raison pour laquelle, nous voulions, en externe, un site web dynamique, et en interne un réseau social et collaboratif. Les deux devaient, en outre, être complètement liés, puisque les collaborateurs faisant partie du réseau social devaient pouvoir se connecter à leur espace personnel depuis le site web », explique Rodolphe Fleurance, Adjoint au chef du département Publications et Multimédia de la FNCA.

OBJECTIF

Valoriser les initiatives des Caisses régionales de Crédit Agricole et faciliter le partage et l'échange au niveau du Groupe en créant un site web dynamique, associé à un réseau social et collaboratif

SOLUTION RETENUE

Jalios Social Collaborative Suite et Jalios JCMS de l'éditeur Jalios

LE CHOIX DE LA SOLUTION

Depuis plusieurs années, la FNCA utilise les outils collaboratifs de la solution Jalios sur son Intranet. Mais avec le réseau social, elle veut aller encore plus loin, et se doter d'une plateforme collaborative, permettant d'impliquer véritablement les collaborateurs dans le processus de création et de diffusion de l'information. « Nous travaillons avec Jalios depuis longtemps : leur palette d'outils sociaux est plutôt fournie et nous savons que leurs produits sont suffisamment souples pour être facilement personnalisés. Qui plus est, en prolongeant le partenariat avec cet éditeur, il était plus facile de tenir les délais de mise en œuvre technique et d'appropriation des nouveaux outils par nos équipes. Cela ne nous a pas empêché de mettre ce prestataire en concurrence. Mais au final, la dernière version de Jalios JCMS, beaucoup plus communautaire que les précédentes avec ses espaces collaboratifs et son bureau virtuel personnalisable, correspondait exactement à notre besoin », indique Nicolas Fouque, chef de projet informatique et multimédia de la FNCA.

➤ **L'ANALYSE DU CXP**

La FNCA imagine une communication plus innovante et participative



par Claire-Marie de VULLIOD,
Analyste CXP en charge des
progiciels de gestion des RH

Sur le marché des nouvelles technologies, les entreprises choisissent leur camp : exploratrices, suiveuses ou retardataires. La Fédération Nationale du Crédit Agricole (FNCA) est, elle, résolument exploratrice. Et son équipe informatique n'impose pas, elle propose.

Dès 2000 la FNCA travaille ainsi sur la messagerie Internet, l'Intranet et met progressivement en place des outils collaboratifs. En 2004, les fonctionnalités de l'Intranet s'élargissent et centralisent les retours d'expériences professionnelles. En 2007, les premiers tests d'ateliers collaboratifs et participatifs sont proposés aux salariés. Et aujourd'hui, c'est toute l'expérience accumulée en 10 ans qui bascule dans un projet plus ambitieux : passer de l'Intranet à l'Internet. Ouvrir l'accès aux données, non pas à partir d'un réseau interne, mais d'un réseau accessible à l'extérieur de l'entreprise : sur le Net.

Pour répondre à ce besoin, les solutions collaboratives de Jalios, qui étaient déjà déployées dans le Groupe, ont naturellement été upgradées. Du Web 1.0 (communication descendante, partage), le groupe passe progressivement au Web 2.0 (you tube, wiki, blog...) et teste en direct l'évolution du marché dans ce domaine.

Comme tout changement d'organisation et de processus de travail, avec l'utilisation de nouveaux outils, un accompagnement fort des utilisateurs doit être mis en place : animation et support au changement de culture sont souvent cités dans ce domaine.

Ce témoignage montre que pour une entreprise qui a déjà de l'expérience dans l'utilisation des nouvelles technologies, certaines évolutions se font naturellement et par étapes : club, réseau social d'entreprise, ateliers collaboratifs, usines à sites, etc. En passant de l'Intranet à Internet, cette structure a sensiblement élargi le nombre d'utilisateurs : des salariés FNCA aux caisses régionales, jusqu'aux clients aujourd'hui. Mais le périmètre fonctionnel va, lui aussi, s'agrandir, avec d'autres projets, notamment dans le domaine RH.

LE DEROULEMENT DU PROJET

Le projet démarre à l'automne 2009 avec la création de **www.creditagricole.info**. Un site Web dynamique et participatif (auquel tout le monde peut contribuer), qui intègre des articles, des communiqués, une médiathèque (logos, bannières Web, photothèque des dirigeants)... mais aussi un carrousel d'images en mouvement (sur lesquelles on peut cliquer pour connaître les dernières actualités du groupe) et de nombreuses vidéos illustrant les initiatives locales réalisées ou soutenues par les Caisses régionales du Crédit Agricole. La FNCA lance également son premier réseau social, en créant des clubs, qui regroupent des personnes en fonction du domaine dans lequel elles travaillent, ou de leurs centres d'intérêt. Chaque club contient un annuaire dynamique des personnes qui le composent et une petite pastille verte permet de savoir si la personne est connectée ou non. La page d'accueil peut être personnalisée avec un fil d'informations, des sondages express, un nuage de mots clés correspondant aux sujets dont la personne parle le plus, la mise en avant de certaines vidéos, l'affichage de flux RSS externes, ou encore des widgets comme la météo, un calendrier... « *Nous avons démarré avec CA.info, un club témoin, visant à faire connaître les fonctionnalités de la plateforme. Mais chaque entité peut créer autant de clubs qu'elle le veut et de manière simple car le template est réutilisable. Aujourd'hui, nous avons ainsi un Club e-liaison, qui valorise les bonnes pratiques des Caisses dans le domaine du marketing, du développement ou du mutualisme, mais aussi un Club Innovation, un Club Mutualisme...* », détaille Nicolas Fouque.

En parallèle, la FNCA s'est aussi attaquée à la migration de tous les contenus présents dans son Intranet vers les clubs de **www.creditagricole.info**. Et pour assurer la sécurisation de ces informations, elle s'est dotée de deux serveurs utilisant le système de failover « *JSync* » de Jalios. Ces serveurs sont ainsi toujours synchronisés et garantissent qu'aucune donnée ne soit perdue.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS

La reprise incrémentale des données de l'ancien Intranet est totalement achevée. Une usine à sites à vocation professionnelle est mise à disposition des 160 000 collaborateurs du groupe. Le premier bilan est déjà très positif: « *nous sommes vraiment satisfaits de l'ampleur que prennent les clubs et le réseau social, alors que le lancement date seulement du mois d'avril 2010. Avec le réseau social, la mise en relation se fait de manière simple et automatique et tous les collaborateurs peuvent désormais communiquer à travers les forums. Cela nous permet aussi de dynamiser notre communication en lui donnant une image beaucoup plus moderne* », se félicite Rodolphe Fleurance.

Propos rapportés par Christiène Brancier