



Chapitre 10 : Comment fédérer les acteurs de l'organisation ?

Travaux en demi groupe

Etude de cas sur EDF

Identifier les modalités de coopération dans une organisation



A l'aide des documents répondez aux questions suivantes :

1. Quelles sont les actions mises en œuvre par EDF pour offrir la possibilité à ses salariés de proposer des projets ?
2. Montrez comment le travail sur ces projets favorise la créativité et la coopération entre les salariés.
3. Expliquez comment ce travail en équipe-projet permet de développer la motivation des salariés.
4. Pour quelles raisons EDF a-t-elle intérêt à favoriser ces projets ? Quels sont les bénéfices pour un salarié d'EDF de participer à un de ces projets ?

Document 1 : Chez EDF : innover au travail en mode start-up...Oui c'est possible

Depuis plusieurs années, le groupe EDF engage des actions pour améliorer la qualité de vie au travail et in fine apporter plus de performance aux collectifs. Cette démarche conduit les salariés à plus d'agilité et d'autonomie. Elle s'inscrit dans l'esprit des nouveaux modes de travail insufflés par les start-up. Environnement collaboratif, lieux d'innovation, nouvelles méthodes de travail, transversalité... Au-delà des dispositifs relatifs au télétravail ou aux espaces de co-working, le groupe EDF donne à ses salariés la possibilité de concilier épanouissement dans leur mission et performance en leur permettant de développer leur esprit d'entreprendre et de coopération au sein du groupe, d'expérimenter de nouvelles méthodes de travail, et de décroiser les métiers pour créer de la valeur.

« Prendre en compte l'avis des équipes sur la vie de l'entreprise, les responsabiliser davantage sur leurs missions, susciter l'innovation... Ces démarches créent un essaimage positif et une émulation globale dont tirera profit de facto le collectif », explique Christophe Carval, directeur des ressources humaines chez EDF. Au sein du Groupe, de plus en plus de salariés, à tous les niveaux, expriment le souhait de développer leurs propres projets dans des logiques de start-up. Pionner de cette facilitation dans l'expression d'idées, le Challenge du nucléaire rassemble toutes les équipes du nucléaire du groupe : du parc en exploitation, du nouveau nucléaire, de l'ingénierie, de la division technique générale et de la R&D. Chaque année, les équipes proposent près de 200 innovations au service de la sûreté, de la sécurité et de la performance du parc nucléaire.

EDF offre aussi à ses salariés la possibilité de bénéficier, sur leur temps de travail, de moyens pour mener un projet innovant. Ils deviennent ainsi des intrapreneurs. C'est une opportunité de pouvoir, tout en gardant son poste et son salaire, s'investir dans des projets stimulants. Il peut ainsi développer de nouvelles compétences ainsi qu'alimenter et/ou construire son projet professionnel.

Dans les entreprises, de plus en plus de laboratoires, d'espaces et programmes d'innovation fleurissent. Leur but : apporter et diffuser de nouvelles méthodes de travail dans les équipes. Rester connecté aux tendances, se renouveler dans un monde qui évolue de plus en plus vite, donner envie aux salariés de s'épanouir dans leur mission, tels sont les objectifs de ces lieux d'expression.

Document 2 : La chocolaterie d'EDF

La Chocolaterie [d'EDF] est un espace et un programme d'accélération de projets. Les salariés y concrétisent leurs idées pour le Groupe tout en se formant aux postures des entrepreneurs. [...] Plus de 4 500 salariés ont déjà franchi la porte de cet espace pour participer à des ateliers. Créativité, co-construction, improvisation, motivation... sont autant d'éléments au rendez-vous. Les participants aux programmes d'accélération bénéficient aussi d'accompagnements personnalisés pour faire préciser, construire et tester leurs idées. Ainsi, plus de 100 projets de nature business, technologique, organisationnelle, etc. ont déjà vu le jour.



La Chocolaterie [est un lieu Design Thinking : il s'agit d'accompagner] les salariés porteurs de projets pour le groupe en s'inspirant des designers. Elle reprend les 3 dimensions-clés qu'ils utilisent : la faisabilité technique, la viabilité économique et la désirabilité de chaque projet, car l'utilisateur final reste au cœur des préoccupations tout le long du processus. Pour cela, La Chocolaterie fait appel à des coaches et des designers. Grâce à eux, chaque projet passe de l'idée au prototype, testé grandeur nature auprès de vrais utilisateurs. Les participants apprennent ainsi à s'ajuster, s'adapter... ou à recommencer, mais aussi à embarquer des partenaires et des sponsors.