



FORMATION

LES ÉQUIPES DE TFI GAGNENT EN PERFORMANCE DIGITALE

La totalité des collaborateurs de TFI devront suivre le parcours Connect, une formation créée par le groupe avec le Hub Institute. Objectif : que chacun joue un rôle dans la nouvelle stratégie, tournée vers le numérique. Un programme en immersion de trois jours, bâti en partant des remontées des collaborateurs sur leurs besoins et leurs envies.

« Cette formation m'a ouvert des horizons. Pour tant, j'y allais à reculons ! » Caroline Henry, chef du service des sports de TFI, où elle travaille depuis 20 ans, a fait partie l'an dernier de la première promotion de Connect, une formation au digital créée par le groupe TFI et le Hub Institute, un think tank qui accompagne les entreprises désireuses d'accélérer leur transformation digitale. « Connect n'a pas changé mon travail au quotidien. Mais il m'a permis de rencontrer des gens de la maison que je ne connaissais pas, de gagner en transversalité. Et surtout, notamment en découvrant des start-up, cela nous a donné des ailes. Par exemple, nous avons, depuis, créé une page Internet avec des vidéos dédiées au sport, Vamos. »

Objectif atteint avec Caroline donc, puisque, se souvient Emmanuel Vivier, cofondateur du Hub Institute, « la DRH de TFI nous a contactés avec la volonté de digitaliser ses équipes ». Ont alors été bâtis trois jours de formation, qui donnent lieu à une certification : le certificat d'anticipation stratégique et de performance digitale. Ce parcours Connect s'est vu primé en mars au trophée U-Spring de la transformation stratégique. Son contenu vise à permettre aux apprenants d'acquérir au moins autant de soft skills que de hard skills, de savoir-être que de savoir-faire. Il s'appuie sur quatre formats d'apprentissage. D'abord, il comprend

des simulations de jeu par équipe. Des interventions extérieures et des formations par des experts sur les nouveaux usages et les nouvelles technologies représentent deux autres de ses piliers. Surtout, des visites d'autres entreprises sont organisées pour recueillir leurs bonnes pratiques et usages du numérique, dans les start-up qui ont inspiré Caroline Henry. « Chaque heure et demie, nous changeons de support, de format », précise Emmanuel Vivier. Pour l'heure, 80 entreprises ont déjà été visitées (deux par session) et 90 intervenants extérieurs ont contribué à Connect. « Les entreprises nous accueillent volontiers, se réjouit Emmanuel Vivier, alors que la démarche aurait pu passer pour de l'es-

sent régulièrement apparus : mieux comprendre l'écosystème de ce business, trouver des clés personnelles pour mieux accepter le changement et mieux travailler ensemble, s'ouvrir à de nouvelles pratiques extérieures pour réfléchir différemment et travailler sur des cas concrets.

100 % DES COLLABORATEURS FORMÉS

La direction entend former 100 % de ses plus de 2 500 collaborateurs, qu'ils appartiennent aux pôles information, publicité, programmation... Une immersion à destination de tous, y compris de ceux qui, pour l'heure, n'ont pas à traiter avec le numérique. « Un bon moyen de permettre à chacun d'apporter sa pierre à l'édifice de la di-

Le contenu de la formation est issu d'une coconstruction.

pionnage industriel ! Mais, dans le numérique, il y a un esprit collaboratif. »

Ce contenu de la formation est issu d'une coconstruction : « Le but n'était pas de forcer les gens à se transformer mais d'écouter leurs besoins et leurs envies. » Aussi, fin 2016, durant un mois et demi, une soixantaine de collaborateurs, managers, représentants du personnel, volontaires... ont répondu à des questions très ouvertes pour connaître leurs demandes, leurs difficultés, leurs interrogations, sur le chemin de la transformation digitale. Quatre besoins

digitalisation, estime Caroline Henry, même quand, à la base, on n'y comprend rien. » Et de se réjouir de constater que le groupe n'est pas « une si vieille maison, il a déjà entamé le virage de cette nécessaire transformation ! »

Prochaine étape sur le chemin de la formation, annonce Emmanuel Vivier : un enseignement à destination du management intermédiaire, sur le manager agile. Objectif : interroger la mission d'un chef, « une fonction qui consistera moins à tout savoir qu'à gérer des talents, à être un coach ». ◊

SOPHIE MASSIEU



Transformation digitale : TF1 lance Connect, un parcours sur-mesure pour ses collaborateurs

Dans le cadre de sa transformation digitale, le groupe TF1 a construit un plan de formation pour ses collaborateurs avec le HUB Institute. Ce parcours de formation s'inscrit dans la stratégie de transformation du groupe axée autour de quatre dimensions : l'innovation, le digital, le business et le collaboratif.

Avec son programme « Connect », le groupe TF1 développe un parcours de formation innovant de trois jours immersifs et certifiant. Cette initiative place les collaborateurs au cœur de la transformation digitale du groupe. Le programme Connect s'articule autour de quatre piliers co-construits avec le HUB Institute lors d'ateliers collaborateurs et managers : l'intelligence collective, le duo hard/soft skills, le multiformat et l'intrapreneuriat.

Une approche « Bottom Up » Plutôt qu'une approche « TopDown » autoritaire, le parcours Connect est né d'une co-construction avec les managers, les salariés, et les responsables du groupe TF1. Impulsé par l'Université du Groupe, accompagné par le HUB Institute, et Caroline Loisel, directrice pédagogique du programme, l'élaboration de Connect a sollicité pas moins de 60 collaborateurs qui ont exprimé leurs envies et leurs besoins en répondant à des questions très ouvertes. L'idée était d'apporter

une réponse sur-mesure et adaptée aux enjeux réels des collaborateurs face à la transformation numérique. Ces échanges ont révélé que, quels que soient les métiers, le niveau hiérarchique ou l'ancienneté, quatre besoins fondamentaux ressortaient face au changement : mieux comprendre l'écosystème business interne & externe, trouver des clefs personnelles pour accepter sereinement le changement et travailler le plus efficacement ensemble, s'ouvrir davantage à de nouvelles pratiques extérieures pour réfléchir, s'organiser et agir autrement, et, enfin, travailler sur des cas concrets s'appuyant sur les nouvelles technologies. Savoir-faire et savoir-être en trois jours

Face au changement, c'est tout autant le savoir-faire que le savoir-être qui sont en jeu. Dans Connect, ces deux types de savoirs sont traités dans un même parcours de trois jours successifs. Les participants apprennent à concevoir un chatbot, à réfléchir à de nouveaux services mobiles, à filmer sur mobile ou avec des lunettes Snapchat, mais également à expérimenter, à travers un jeu de simulation, les secrets de la coopération, ou à mieux cerner la mécanique de notre cerveau et notamment, notre partie adaptative, ou à maintenir un climat de bienveillance et d'expérimentation

au quotidien.

L'un des facteurs clefs de succès de Connect repose sur la variété des formats d'apprentissage. Le programme propose à la fois des simulations de jeu ou des ateliers de travail par équipe pour concevoir collectivement des solutions digitales et apprendre de façon déductive, mais également des interventions extérieures de personnalités et d'experts, des visites d'entreprises de toutes les tailles, ainsi que des formations par des experts sur les nouveaux usages et les nouvelles technologies.

Zoom sur les chiffres
29 heures successives de formations pour l'obtention du Certificat « Anticipation stratégique & performance digitale »

1200 collaborateurs-participant à date, tous métiers, tous services et tous niveaux hiérarchiques confondus des familles Régies publicitaires, Information, Innovation & Digital et Contenus. Un programme animé par le HUB Institute et WDHB sur 24 mois et toujours à la pointe des évolutions du marché : les thèmes, les intervenants extérieurs et les entreprises visitées changent et évoluent d'un groupe à un autre 70 entreprises visitées et 90 intervenants extérieurs ■