

Rapport d'étonnement après la participation aux « Rencontres de l'innovation citoyenne » du 22 novembre 2011 à l'Université Paris Est Créteil.

Le développement des Réseaux Réciproques de Savoir (RRS) à La Poste

La poste, une entreprise qui se développe...

C'est en 1477 que Louis XI a créé des relais de poste, cette date est le début d'une longue aventure... En 1632, le réseau est composé de 623 relais et la première carte des routes de poste est enfin disponible. Ce n'est qu'en 1962 que le logo composé d'un oiseau bleu voit le jour...

La Poste n'était caractérisée au départ que par une activité qui était le courrier mais aujourd'hui, l'entreprise se décline en quatre activités :

- Le courrier : son métier principal est aujourd'hui quelque peu en « danger ». En effet, ce secteur connaît une forte concurrence : les français perdent au fur et à mesure l'habitude d'envoyer des lettres manuscrites ou des cartes postales, en parti à cause de l'arrivée d'internet et des envois de mails...
- Les colis-express : cette activité est déclinée sous deux formes : ColiPostes qui est consacré à la livraison de coli chez le particulier et GeoPost pour l'envoi de coli en B to B.
- La banque postale : avec ces services bancaires créés en 2006, La Poste voulait se distinguer des autres banques en prônant des valeurs telles que le professionnalisme, l'efficacité, la rentabilité et surtout la proximité. « La banque de tous, à l'écoute de chacun », sous ce slogan, le groupe La Poste souhaite prouver que le client est au cœur des préoccupations et que ce dernier sera aidé et guidé dans tous les processus de ce nouveau service.
- L'enseigne La Poste : dans une préoccupation de la satisfaction client, La Poste développe une nouvelle politique d'accueil, de vente et de conseil afin d'atteindre son objectif de 95% de clients satisfaits pour 2012. Pour ce faire, l'enseigne personnalise le service client pour s'adapter à tout le monde, mette en place un

système pour diminuer les temps d'attentes dans les bureaux de poste puis l'indispensable est de faire devenir les espaces de vente attractifs et adaptés.

La Poste est une entreprise active et réactive qui s'adapte aux changements de comportements des citoyens mais également qui se développe pour répondre à toutes les demandes possibles... Afin que les clients soient satisfaits, il faut également prendre en compte un paramètre très important qui est les employés. En effet, La Poste a décidé de se lancer vers une expérience humaine : les Réseaux Réciproques de Savoir.

Les Réseaux Réciproques de Savoir (RRS), une nouvelle initiative au cœur de l'enseigne La Poste...

Le Réseau Réciproque de Savoir est défini comme « une association fonctionnant à l'échelle d'une agglomération, d'une zone rurale, d'un établissement scolaire, d'une classe, ou d'une entreprise et dont les membres donnent et reçoivent des savoirs et savoir-faire ».

Ces réseaux se sont développés en France à partir de 1971. Ils permettent un transfert de savoirs classiques, de savoir-faire mais également d'expériences vécues entre collègues. Cette expérience est basée sur le volontariat ainsi que sur la réciprocité. En effet, chaque employé peut, s'il le souhaite, entrer dans ce groupe d'échange sans y être obligé ; il choisisse avec qui il veut échanger et ce qu'il désire échanger.

C'est en 2006 que le RRS est mis en place à La Poste encadré par la chef de projet : Maryannick VAN-BE-ABEELE. Ce système innovant d'apprentissage vient compléter les formations proposées par La Poste et il exclut toute intervention hiérarchique afin que les trois points essentiels, confiance, confidentialité et égalité, soient réunis et respectés. La mise en contact des employés se fait par des bourses d'échanges, sur l'intranet de l'entreprise mais aussi à travers un site où sont recensés les demandeurs et les offreurs d'échange de savoirs.

En conclusion, nous pourrions considérer cette innovation comme une innovation sociale...

Lorsque nous parlons d'innovation, nous pensons généralement à l'innovation technologique, mais nous avons ici un autre exemple d'innovation... En effet, La Poste a innové dans l'échange de savoirs et dans l'acquisition de connaissances en mettant en place au sein de l'entreprise ce RRS. Cette initiative a été prise dans l'objectif d'impliquer le personnel dans une démarche participative et également dans un but de cohésion entre les employés... Cette autre manière d'innover intègre chacun des salariés dans la

vie de l'entreprise et lui permet d'être un acteur actif dans l'évolution de la société pour laquelle il travaille.

Ressenti général concernant cette journée aux « Rencontres de l'innovation citoyenne »

Je tiens tout d'abord à remercier l'équipe pédagogique de l'IUT de nous avoir permis de participer à l'une de ces deux journées et également les personnes qui ont organisé cet événement.

Nous avons eu l'occasion de « rencontrer » ou plutôt écouter des chefs d'entreprises ou des salariés nous présentant comment leurs entreprises ont innové et pourquoi ils l'ont fait. Nous avons pu connaître des exemples concrets sur le terme « innovation », ces témoignages m'ont permis de découvrir que l'innovation pouvait se décliner de nombreuses façons...

Cependant, j'ai trouvé dommage que les interventions ne soient pas assez interactives ni animées... En plus de la fatigue du voyage, j'ai parfois eu du mal à suivre certains discours car ils n'étaient pas assez attrayants. J'ai cependant apprécié les interventions du dessinateur qui permettant de détendre un peu l'atmosphère, d'apporter des touches d'humour et d'animer certains moments de la journée.



Evènement organisé par l'association :

Avec le soutien de :



Aerial