

CRÉER UNE CULTURE COMMUNE APRÈS FUSION

Le cas d'un groupe logistique

Dans le cadre du dispositif Master Class RH, l'AD Normandie organise des matinées inter-promos réunissant une dizaine de professionnels RH issus de notre réseau RH. Accueillis au sein d'une entreprise autour d'une problématique RH concrète, les participants croisent leurs expériences, partagent leurs bonnes pratiques et travaillent collectivement à faire émerger des pistes d'action, voire des solutions directement mobilisables par l'entreprise. Ces temps d'immersion favorisent ainsi l'intelligence collective, le partage entre pairs et la prise de recul sur ses propres pratiques professionnelles.

L'AD Normandie a organisé un atelier Master Class RH réunissant RRH et DRH autour d'un cas concret. Accueilli par la direction et la DRH du groupe, l'atelier visait à identifier des leviers d'action pour accompagner l'intégration d'une plateforme logistique récemment acquise.

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE ET DU CONTEXTE

À la suite d'une opération de croissance externe, le groupe doit faire cohabiter plusieurs cultures d'entreprise et harmoniser ses pratiques.

- Créer des repères et des valeurs communs
- Renforcer la cohésion et le sentiment d'appartenance
- Faciliter l'intégration des équipes issues de l'entité acquise

PROBLÉMATIQUE RH

Comment construire une culture commune dans un contexte de fusion rapide entre deux entités aux identités fortes ?

DIAGNOSTIC PARTAGÉ

- Une culture de groupe humaine et collaborative, mais encore peu formalisée
- Des valeurs incarnées mais difficiles à transmettre
- Des références encore fortes à l'ancienne entreprise
- Un sentiment d'appartenance fragilisé par le manque de repères communs, une polyvalence parfois subie et une hiérarchie parfois perçue comme distante

PRÉCONISATIONS DU GROUPE RH

Faciliter l'intégration	• Ambassadeurs et parrainage croisé • Moments conviviaux • Welcome pack commun
Faire vivre les valeurs	• Groupes de travail mixtes • Team buildings • Rituels et outils de communication communs
Créer des liens	• Portraits, exposition photo ou mur des fiertés • Identité visuelle partagée • Journées thématiques dans des lieux neutres

TROIS PRIORITÉS RETENUES

Court terme	Organiser des temps de cohésion dans un lieu neutre.
Moyen terme	Mettre en place le parrainage croisé avec les ambassadeurs.
Long terme	Construire une identité visuelle commune.

SUIVI À 6 MOIS

Une visioconférence permettra de faire le point sur les actions engagées, d'en mesurer l'impact et d'ajuster les dispositifs si nécessaire.

CE QUE JE RETIENS POUR MON MÉTIER

Cette démarche confirme l'intérêt de partir d'un diagnostic des cultures existantes, d'associer les équipes à la construction de repères communs et de traduire les valeurs en actions concrètes et mesurables, avec un suivi dans le temps.