

## LA VIE DE BUREAU

### **La com' interne se met à la vidéo**

Les journaux d'entreprise ont vécu. La photo du salarié du mois et les « messages à caractère informatif » aussi. Une petite moitié des entreprises du CAC 40 sont passées à la Web TV. Orange, Saint-Gobain ou BNP Paribas, mais aussi Ford, Arcelor-Mittal ou IBM produisent désormais leurs propres programmes d'information interne.

Avec la simplification des outils vidéo et de leur mise en ligne, les Web TV sont moins onéreuses que le support papier. En plus d'être écologique, ce canal valorise des salariés souvent ravis de passer devant la caméra. L'efficacité serait même au rendez-vous : selon Brainsonic, leader européen sur la production de contenu rich media, la mémorisation au bout de 48 heures serait de 60 % pour une Web TV, contre 12 % pour le texte.

France Télécom s'en est servie pour décroiser ses six centres de recherche disséminés à travers le monde ; Saint-Gobain communique sur les nouveaux métiers du groupe ; Sodexo réalise des portraits de ses salariés aux quatre coins de la planète... Avec la certitude de toucher un plus large public et l'émotion en prime, les Web TV n'ont pas fini de tourner ■ A. G.