

SPF Finances – CSC: Procédure négociée directe avec publication préalable relative à des services d’audit de la communication interne du SPF Finances

Questions et réponses:

1. Combien de personnes y a-t-il par service de communication ? Combien de personnes sont actives au sein de la communication à travers l’ensemble de l’organisation du SPF Finances ?

Au niveau du Service de communication transversal (au sein des Services du Président), il faut compter 23 collaborateurs.

Au niveau des cellules de communication des autres entités, le nombre varie entre 1 à 7 collaborateurs environ par entité. Il faut aussi tenir compte du fait que certains d’entre eux ne travaillent pas 100 % de leur temps pour la communication.

Disposer d’une meilleure vue des ressources affectées à la communication fait justement partie de la mission d’audit.

2. De combien de canaux de communication parlons-nous ?

Au niveau du Service de communication transversal, les principaux canaux de communication **interne** sont les suivants : intranet (portail général + 1 site par entité), magazine du personnel (version intranet ; version papier), newsletter pour le management, mails de masse, affichage, Yammer, sessions d’info... En fonction des besoins, d’autres canaux de communication pourraient s’ajouter et font actuellement l’objet d’une réflexion (plateforme vidéos...).

Au niveau des cellules de communication des autres entités, nous n’avons pas une vue exhaustive. En tous les cas, chaque entité dispose de son propre sous-site intranet et certaines ont développé une newsletter interne. Il est très probable que dans les bureaux décentralisés et en province, d’autres canaux soient utilisés pour relayer la communication. Cette étude complète fait partie de la mission d’audit.

3. L’un des produits qui doit être délivré est un processus esquissant la manière dont la communication/l’information est établie jusqu’à sa diffusion. L’objectif est-il également d’emporter l’autorisation au sein des différents canaux de communication (y compris les droits d’accès, les personnes qui peuvent insérer, supprimer, adapter des informations) ?

Oui il s’agit bien d’avoir une vue de tous les intervenants quels que soit leur rôle dans la chaîne de communication.

4. Ce projet est appelé « audit ». L’objectif primaire est-il d’observer les processus de communication depuis une perspective des risques ou l’objectif final est-il plutôt une mission de conseil avec élaboration d’un nouveau modèle opérationnel cible ?

Il s’agit plutôt de la 2^e option, à savoir une mission de conseil sur base de l’examen de la situation actuelle en vue de nous proposer un ou plusieurs mode(s) opérationnel(s) plus efficace(s).

5. Structure du SPF Finances

- a. Est-il possible d'obtenir un organigramme indiquant les services concernés par la communication interne et les relations entre ces services ?

Voici l'organigramme général du SPF Finances : https://finances.belgium.be/fr/sur_le_spf/structure_et_services/organigramme

Au niveau des Services du Président, le Service Communication gère les canaux transversaux : intranet (portail général + 1 site par entité), magazine du personnel (version intranet ; version papier), newsletter pour le management, mails de masse, affichage, Yammer, sessions d'info... En fonction des besoins, d'autres canaux de communication pourraient s'ajouter et font actuellement l'objet d'une réflexion (plateforme vidéos...).

Chacune des autres entités dispose d'une cellule de communication qui travaille exclusivement pour son entité. Ces cellules de communication sont dénommées "Coordination opérationnelle et Communication" et dépendent directement de l'administrateur général ou du directeur du service d'encadrement, selon le cas.

Les organigrammes de chaque entité pourront vous être fournis après attribution du marché.

- b. Est-il possible d'obtenir un aperçu des collaborateurs (en chiffres) impliqués dans la communication interne ?

Au niveau du Service de communication transversal (au sein des Services du Président), il faut compter 23 collaborateurs.

Au niveau des cellules de communication des autres entités, le nombre varie entre 1 à 7 collaborateurs environ par entité. Il faut aussi tenir compte du fait que certains d'entre eux ne travaillent pas 100 % de leur temps pour la communication.

Disposer d'une meilleure vue des ressources affectées à la communication fait justement partie de la mission d'audit.

6. Scope « Communication interne »

- a. Pouvez-vous apporter davantage d'explications sur ce que le SPF Finances entend par « Communication interne » ? Est-ce que les trajets de participation peuvent par exemple en faire partie ?

Comme mentionné au point « Sélection qualitative » du cahier des charges : « Par communication interne, le pouvoir adjudicateur entend l'ensemble des actions de communication à destination des employés d'une organisation, actions qui accompagnent la stratégie de l'entreprise ». Les trajets de participation sont une option que le prestataire est libre de proposer.

7. Qu'entend le SPF Finances par « plans d'application » (voir page 16 du cahier spécial des charges) ?

Il s'agit d'un plan d'actions détaillé, qui, sur la base du diagnostic de la situation actuelle, décrit les recommandations formulées pour améliorer/corriger la situation actuelle. Dans le cadre de l'audit au SPF Finances, ce plan doit aussi définir comment ces recommandations pourront être implémentées (ressources, planification, budget...) en regard de la réalité de terrain de l'organisation.

8. Qu'entend le SPF Finances par « outils techniques » ?

Il s'agit d'éventuels logiciels, applications auxquels le prestataire compte faire appel (p. ex. un logiciel de sondage) dans le cadre de l'audit.