

Powell
Power
Awards 2026

**Les meilleurs
projets intranet
2026**

Témoignages de réussite de vrais clients de Powell



Powell

Les Powell Power Awards – Les projets qui ont marqué l'année 2026

Chaque année, Powell met à l'honneur les équipes qui repoussent les limites de leur intranet. Cette année, les Power Awards récompensent les projets les plus inspirants réalisés sur Powell, dans trois catégories : l'utilisation la plus innovante de la plateforme, le lancement ou la refonte la plus réussie et la meilleure conception d'intranet.

Ce livre est l'occasion de revenir sur cette édition et de découvrir ce qui a permis à chaque projet lauréat de se démarquer.

Le processus de sélection

- **Powell Power Panel** : Nos experts internes ont sélectionné le lauréat du prix du meilleur projet de lancement/relancement d'intranet.
- **Cercle des Gagnants** : Les champions de l'édition 2025 ont choisi le lauréat du Projet le Plus Innovant. (Un club très exclusif.)
- **Choix du public** : L'ensemble de la communauté Powell sur LinkedIn a voté pour le meilleur design d'intranet.

Les catégories



Projet le plus innovant

Cette catégorie récompense les entreprises qui ont utilisé leur intranet de manière créative (IA, gamification, intégration) pour stimuler l'engagement, la collaboration et la productivité.



Meilleur lancement/relancement d'intranet

Cette catégorie récompense les entreprises qui ont lancé ou relancé avec succès leur plateforme, en surmontant les obstacles et en mobilisant leurs équipes.



Meilleure conception d'intranet

Cette catégorie récompense les intranets qui allient parfaitement esthétique et fonctionnalité. Interface utilisateur soignée, widgets intelligents, expérience utilisateur fluide.

Powell

Des intranets inspirants, des résultats concrets : Célébrons les projets intranet exceptionnels !

Bienvenue aux Powell Customer Awards 2026, qui célèbrent les espaces de travail numériques que les utilisateurs apprécient réellement. Des entreprises de renommée mondiale aux sociétés connaissant une croissance fulgurante, ces témoignages prouvent qu'un intranet peut être le véritable cœur battant d'une organisation : un lieu où la culture d'entreprise s'épanouit et où les collaborateurs ont envie de se retrouver.

Plongez-vous dans l'analyse de la manière dont ces équipes ont transformé « l'expérience employé » de simples diapositives en réalité, en faisant de la communication interne une véritable communauté et en rendant la collaboration naturelle.



Powell Power

Lauréats



Exakis Nelite 
MagellanPartners

Meilleur
lancement/relancement
d'intranet



Coup de Coeur



Meilleur
lancement/relancement
d'intranet



Meilleure conception
d'intranet



Projet le plus innovant



Héros de l'intranet

Powell

Meilleur

lancement/relancement d'intranet



Soutenu par :



Suisse



Banque et
finance



Employés : 5605



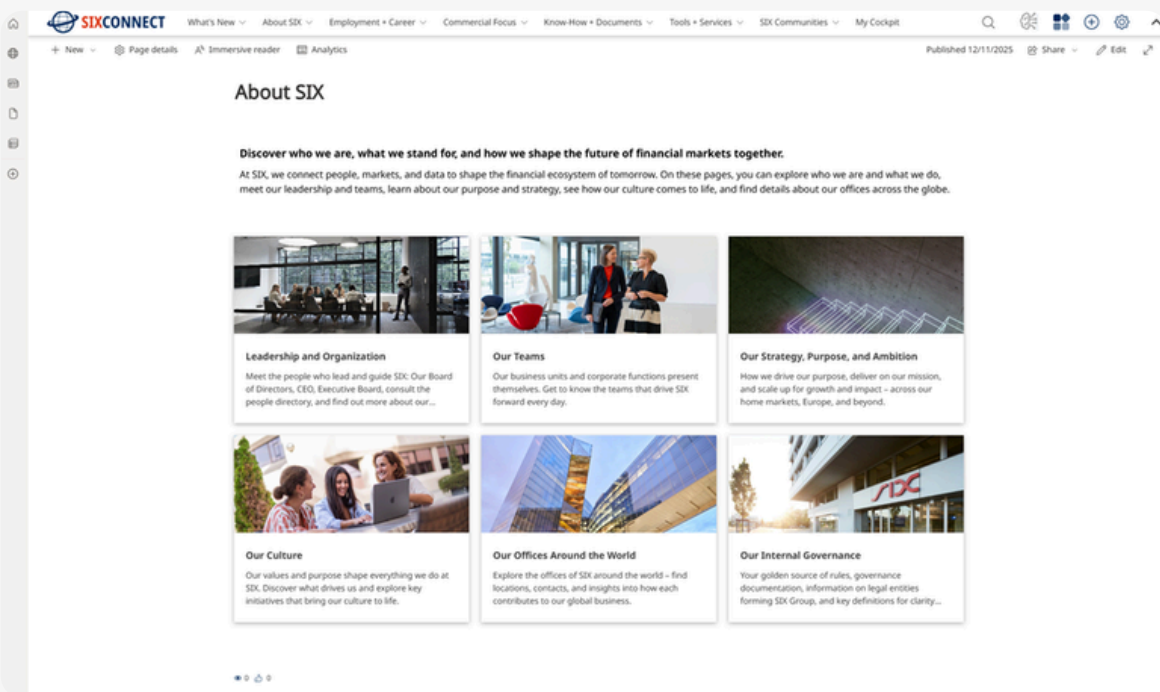
Partenaire:



Aperçu

SIX est un fournisseur mondial d'infrastructures financières basé en Suisse, exploitant les bourses suisse et espagnole ainsi que des infrastructures de marché essentielles pour la négociation, la compensation, le règlement, la conservation et l'information financière des titres. Présent dans 19 pays à travers le monde, SIX s'appuie sur un accès continu à des informations et des services fiables pour assurer le bon fonctionnement des marchés.

Début 2026, ils ont lancé SIX Connect, un intranet centré sur l'utilisateur, basé sur SharePoint et doté d'une couche Powell. Cette solution harmonise leur intranet avec Microsoft 365, le transformant en un portail unique donnant accès aux contenus, outils et collaborateurs essentiels. Grâce à une conception moderne et intuitive, une recherche performante, un accès mobile et des fonctionnalités en libre-service, SIX Connect connecte les employés à l'échelle mondiale, facilitant la recherche d'informations, améliorant l'efficacité du travail et rendant l'environnement de travail numérique plus intelligent.





Qu'est-ce qui rend ce projet vraiment unique ?

Leur intranet précédent était une solution personnalisée basée sur Drupal, principalement axée sur les actualités et les blogs. Le contenu permanent, les outils et les services étaient dispersés ou difficiles à trouver. Pour leurs employés répartis dans 19 pays, cette situation était source de frustration : ils perdaient du temps à chercher des informations, la responsabilité était floue et la plateforme était déconnectée de l'écosystème Microsoft 365 qu'ils utilisent quotidiennement.

À l'automne 2024, ils ont mené une étude approfondie comprenant des ateliers utilisateurs avec toutes les unités opérationnelles et fonctions de l'entreprise, ainsi qu'un sondage auprès de 417 employés de tous les services et sites. Les résultats ont été unanimes :

- L'information est difficile à trouver et n'est pas toujours pertinente d'une région à l'autre.
- La navigation est peu intuitive et la propriété du contenu est floue.
- L'intranet semble déconnecté des outils du quotidien
- Les employés ont besoin d'un accès en libre-service et d'un contenu adapté à leur emplacement.

Leurs objectifs étaient clairs.

•Transformer l'intranet en un portail global et centré sur l'utilisateur pour les contenus essentiels

- Améliorer la facilité de recherche et l'accessibilité des informations et des outils
- S'aligner sur leur stratégie informatique : standardisation, harmonisation et réutilisation des plateformes Microsoft 365 principales
- Fournir une plateforme attrayante, conviviale, adaptée aux mobiles et évolutive
- Intégrer les commentaires des employés dans la conception et la gouvernance pour une adoption à long terme

« Il y a eu des moments où l'objectif semblait presque hors de portée, mais nous avons persévéré, étape par étape. La résilience et l'ouverture d'esprit de l'équipe ont fait toute la différence. Ce projet nous a rappelé que les grandes réussites sont rarement le fruit de conditions idéales ; elles se produisent lorsque les gens se soutiennent mutuellement et restent engagés même face aux difficultés. »

Malgorzata Skladanowska, chef de projet senior et responsable de projet chez SIX

Les fonctionnalités créatives dont nous sommes le plus fiers.

SIX Connect est une refonte complète de leur intranet, basée sur SharePoint et dotée d'une couche logicielle Powell. Elle offre à leurs employés un hub d'information numérique global et centré sur l'utilisateur.

- 1 Architecture de l'information concise et intuitive : trouvez rapidement les actualités, les mises à jour, les outils et les services.
- 2 Recherche puissante parcourant des pages et des documents entiers, et pas seulement les titres.
- 3 Contenu pertinent pour tous les emplacements, y compris les pages en libre-service
- 4 Notifications, filtres et abonnements personnalisés pour une diffusion de contenu sur mesure
- 5 Contenu permanent enrichi pour garantir que tous les employés puissent trouver le contenu essentiel et les informations pertinentes au niveau local.
- 6 Conception optimisée pour les mobiles sur tous les appareils via le navigateur Edge
- 7 Intégration avec SIX Sense, leur plateforme d'IA d'entreprise, pour une découverte de contenu plus intelligente
- 8 Une gouvernance claire avec des propriétaires, des adjoints et des rédacteurs en chef par unité commerciale et fonction de l'entreprise

Leçons apprises et conseils pour les autres ✓

- Commencez par une étude approfondie des utilisateurs afin d'identifier les véritables points de douleur.
- Concevez la plateforme en fonction des besoins des employés, et non du contenu existant.
- Simplifier l'architecture de l'information ; prioriser le contenu essentiel et en libre-service
- Se conformer aux normes informatiques en matière de sécurité, d'évolutivité et d'efficacité
- Mettre en place une gouvernance claire avec des propriétaires, des adjoints et des rédacteurs.
- Communiquer, former et intégrer les rédacteurs et les utilisateurs avant et après le lancement
- **Intégrer des mécanismes de retour d'information pour faire évoluer la plateforme en continu**

20073

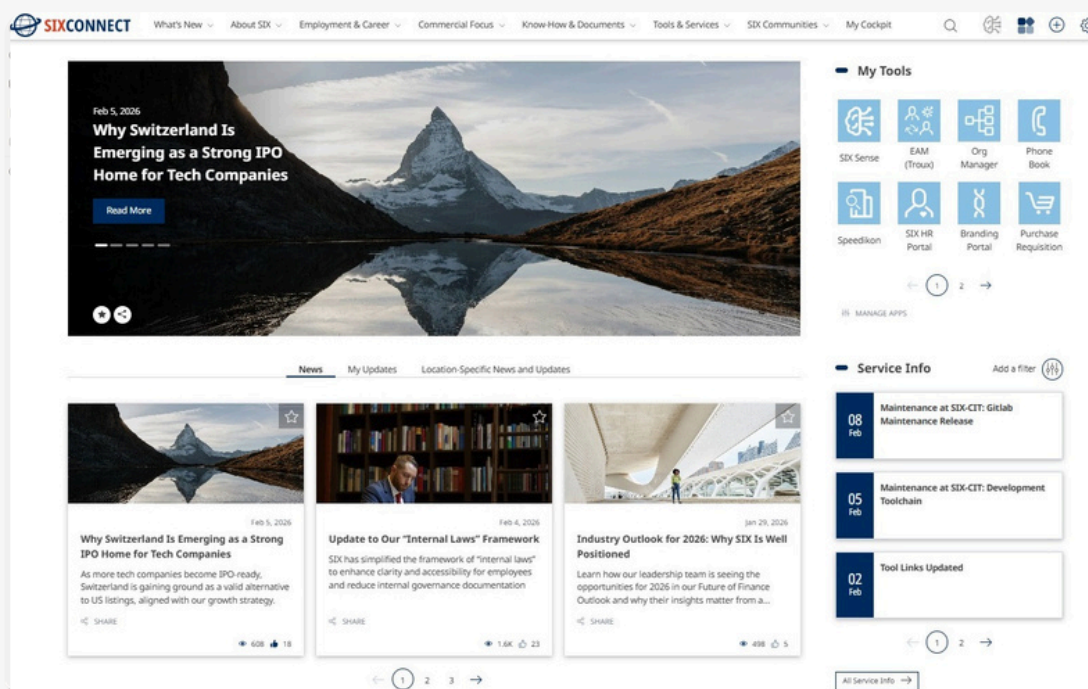
Nombre moyen de pages vues par jour.

60219

Nombre total de pages vues.

55%

Adoption de l'intranet dès le premier jour.



Powell

Meilleur

lancement/relancement d'intranet



GROUPE ADP

Soutenu par :

Exakis Nelite **M**
MagellanPartners



France



Voyage



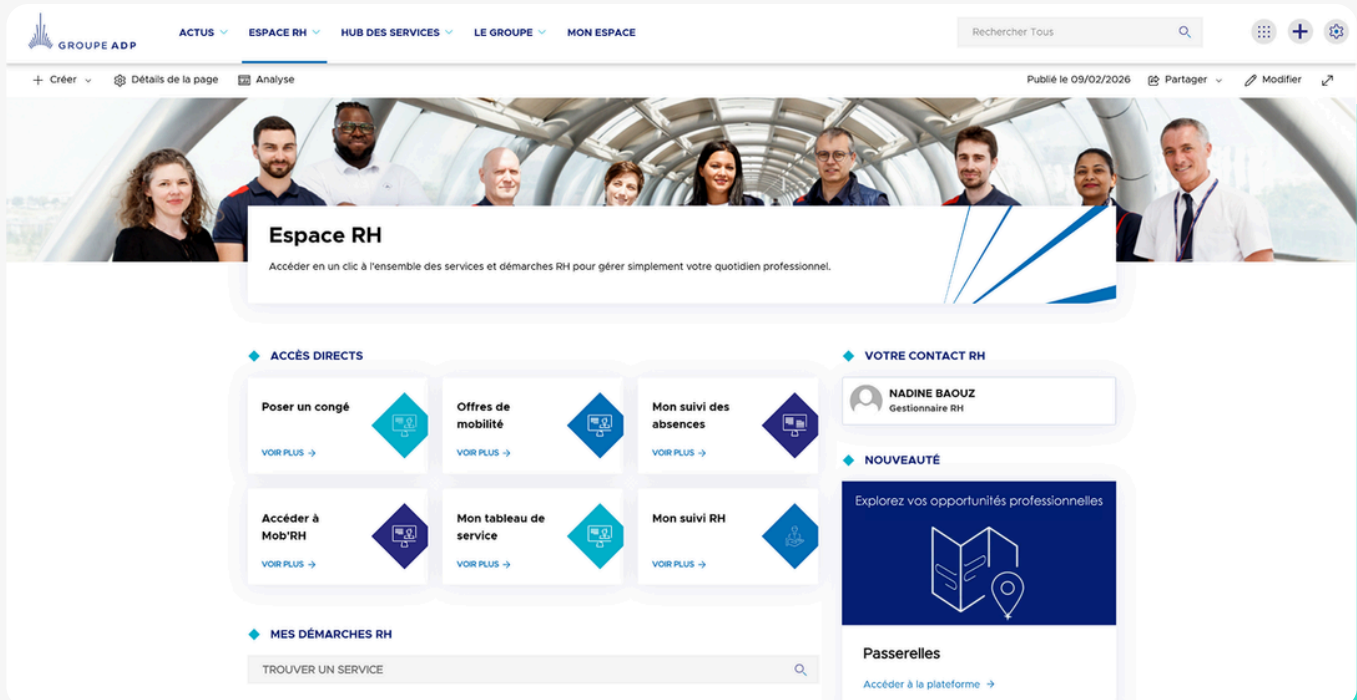
Effectif : 6600

Aperçu

Face à la diversité des métiers et leur différentes implantations géographiques, le défi était de créer un portail aux couleurs du Groupe ADP qui délivre des informations selon le profil et sa localisation du collaborateur et ceci au bon moment.

Pour le lancement, leur objectifs étaient clairs :

- Faire un lancement big bang, à tous les collaborateurs au meme moment.
- Susciter l'enthousiasme des collaborateurs.
- Faciliter la prise en main de l'intranet, pour un démarrage fluide.



The screenshot displays the ADP HR portal interface. At the top, there is a navigation bar with the ADP logo and menu items: ACTUS, ESPACE RH, HUB DES SERVICES, LE GROUPE, and MON ESPACE. A search bar labeled 'Rechercher Tous' is on the right. Below the navigation bar, there are utility links: '+ Créer', 'Détails de la page', and 'Analyse'. The main content area features a large banner image of a diverse group of employees in a modern office hallway. Below the banner is a section titled 'Espace RH' with the subtitle 'Accéder en un clic à l'ensemble des services et démarches RH pour gérer simplement votre quotidien professionnel.' The interface is organized into several sections: 'ACCÈS DIRECTS' with six tiles for 'Poser un congé', 'Offres de mobilité', 'Mon suivi des absences', 'Accéder à Mob'RH', 'Mon tableau de service', and 'Mon suivi RH'; 'VOTRE CONTACT RH' featuring 'NADINE BAOUZ, Gestionnaire RH'; 'NOUVEAUTÉ' with a blue box for 'Explorez vos opportunités professionnelles'; and 'MES DÉMARCHES RH' with a search bar for 'TROUVER UN SERVICE'. A 'Passerelles' section at the bottom right offers to 'Accéder à la plateforme'.

L'intranet actuel : constats



L'ancien portail posait de nombreux problèmes :

- La dernière refonte date de 2016
- Contenus très orientés communication
- Peu d'interactivité
- Info haut > bas
- Accès aux infos pratiques limités
- Accès aux services collaborateurs limités
- Moteur de recherche inefficace
- Site non accessible sur mobile
- Peu de KPI synthétiques et exploitables
- Difficulté de prise en main pour la mise en page des contenus

Objectifs du nouvel intranet

Powell Intranet leur a permis d'atteindre les objectifs fixés :

- **Proposer des services aux collaborateurs** : Accompagner l'utilisateur dans son quotidien
- **Une information qui s'adapte à l'utilisateur** : Selon sa localisation, son profil et sa direction
- **Favoriser l'engagement des utilisateurs** : Plus d'interactivité
- **Une plateforme évolutive** : Qui permet l'ajout régulier de nouvelles fonctionnalités
- **Un intranet consultable sur mobile** : Pour faciliter l'accès aux collaborateurs en exploitation

“Ce projet démontre qu'un intranet peut générer une forte adhésion dès le lancement si on investit dans le plan de communication et qu'on place l'utilisateur au centre. Avoir un portail qui incarne leur identité tout en s'adaptant intelligemment à chaque collaborateur a transformé la perception de nos outils internes.”

Thu, Responsable Communication/Digital, Groupe ADP



Les fonctionnalités créatives dont ils sont les plus fiers.

Powell a fourni la plateforme technologique idéale pour relever les défis de ce nouveau portail.

1

Ses fonctionnalités de ciblage et de personnalisation de contenu ont permis de délivrer à chaque collaborateur l'information pertinente, au bon moment et en fonction de sa localisation, tout en incarnant leur charte graphique.

2

Ce nouvel intranet leur a aussi permis de déployer de nombreuses fonctionnalités d'interactivité : les collaborateurs peuvent ainsi sélectionner les services de leur choix en accès direct, liker, partager et commenter les news.

3

Ils peuvent également remplir leur profil utilisateur pour enrichir l'annuaire global. Ils ont proposé aux collaborateurs des mini-sondages.

4

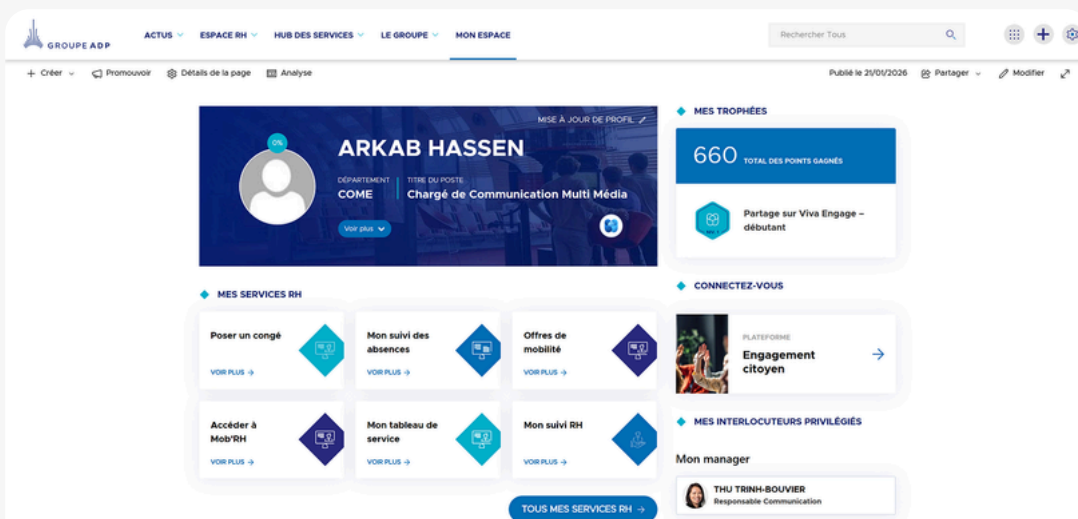
Et dans le cadre du lancement, ils ont utilisé la gamification pour inciter les collaborateurs à découvrir toutes les fonctionnalités d'engagement.

5

Le nouveau portail est 100% responsive pour faciliter sa consultation sur mobile pour nos collaborateurs nomades.

“De nouveaux réflexes à prendre, mais cette nouvelle plateforme est prometteuse avec une interface plus fluide, et disponible sur téléphone ! Merci pour ce nouveau site !”

Romain, Collaborateur, Groupe ADP



Pourquoi ce projet change tout



L'intranet du Groupe ADP se distingue par l'alliance entre excellence esthétique et personnalisation fonctionnelle. Visuellement, chaque élément incarne l'identité du Groupe ADP grâce à une personnalisation graphique poussée : palette de couleurs, typographies corporate, iconographie, animations. Fonctionnellement, il comprend le contexte de chaque utilisateur pour lui délivrer l'information pertinente selon sa localisation et son profil.

Cet environnement, à la fois exigeant et satisfaisant sur le plan esthétique, crée une expérience qui valorise nos collaborateurs : ils évoluent dans un environnement digital soigné, tout en accédant instantanément à ce qui les concerne. Le fort taux d'adhésion enregistré dès les premiers jours confirme que cette approche design-first centrée utilisateur était la bonne.

Les leçons et conseils retenus



- **Ne dissociiez jamais design et stratégie de contenu.** Le succès du Groupe ADP repose sur l'articulation entre une personnalisation graphique poussée et une personnalisation fonctionnelle de l'information.
- **Investissez massivement dans des ateliers collaboratifs avec des experts UX/UI** pour construire une vision partagée et ambitieuse. Prévoyez une stratégie de communication et des actions opérationnelles dès la conception, pas seulement au lancement.
- **Fixez-vous un objectif d'adhésion mesurable** dès les premiers jours : cela structure toute votre approche et oblige à l'excellence.
- Enfin, **considérez la localisation et le contexte utilisateur** comme des dimensions essentielles du design, pas comme de simples fonctionnalités techniques.

Chiffres clés

3400

vues sur la news de
lancement

Chiffres clés

293810

de sessions le mois
du lancement

Chiffres clés

1670

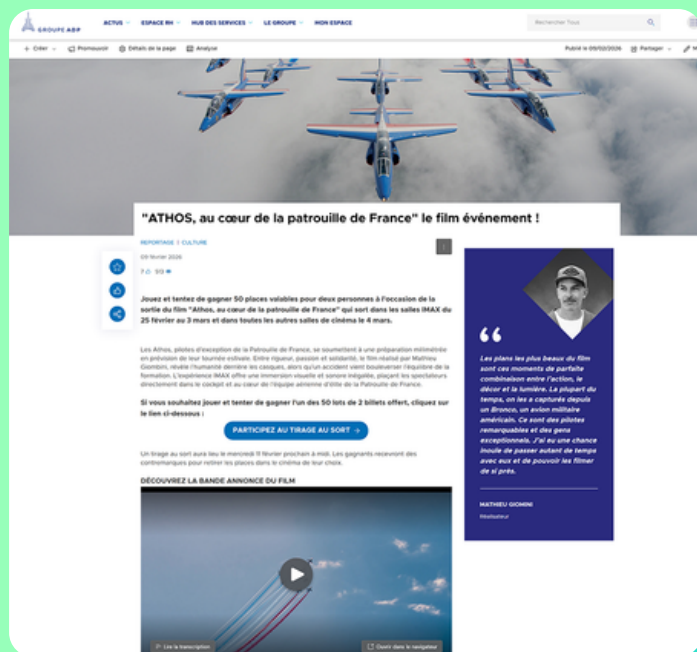
participants au jeu
concours

"Le Groupe ADP nous a donné les moyens de nos ambitions avec de nombreux ateliers et une vraie exigence qualitative. Pousser la personnalisation de Powell à son maximum tout en garantissant la pertinence contextuelle de l'information a créé quelque chose de rare dans l'univers des intranets."

Ziyad UX/UI Designer, Groupe ADP



En images



Powell

Meilleure
conception
d'intranet



GGVIE

Soutenu par :

Neos-SDI
an open company



France



Assurance



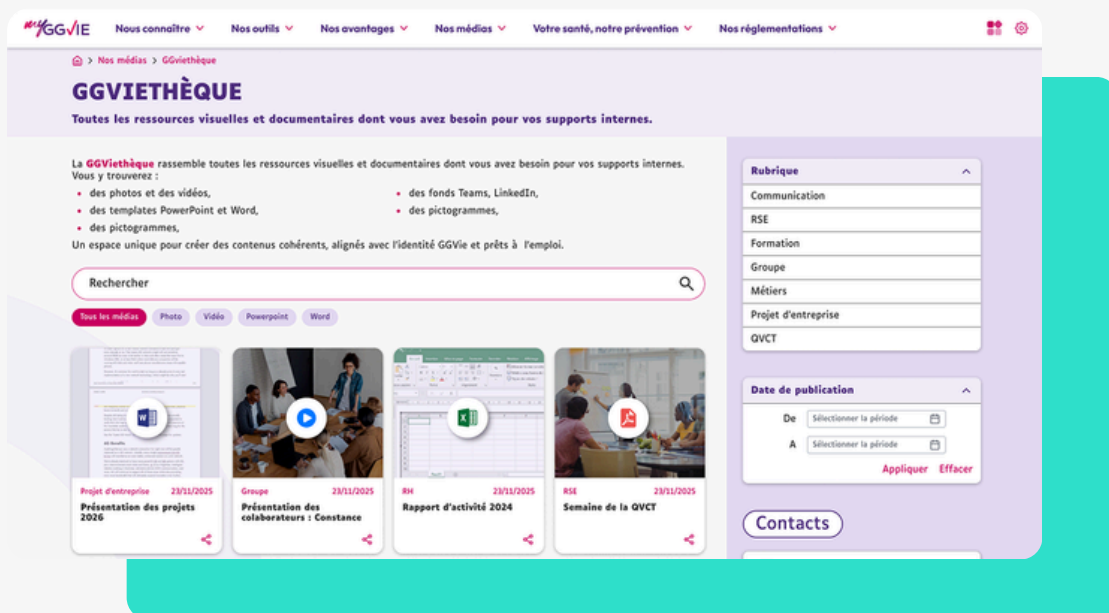
Effectif : 2000

Aperçu

MyGGVie est l'intranet de Groupama Gan Vie, conçu pour plus de 2 000 collaborateurs aux profils et usages variés. Créé par Neos-SDI il y a six ans sur la solution Powell Intranet, MyGGVie se devait aujourd'hui de franchir une nouvelle étape de son cycle de vie afin d'accompagner l'évolution des usages, de la Digital Workplace et le **renforcement de l'identité de la marque.**

Cette refonte s'inscrit dans une logique de continuité et de maturité : **faire évoluer un intranet existant vers une expérience plus incarnée, plus personnalisée et plus utile au quotidien.** L'ambition était double : renforcer l'expression de l'identité GGVie et proposer une expérience collaborateur réellement centrée sur les profils, les besoins et les contextes de travail.

Le nouveau MyGGVie devient **un point d'ancrage naturel de la Digital Workplace.** Il combine personnalisation des parcours, accès rapide aux ressources essentielles, valorisation du collectif et intégration de l'intelligence artificielle pour faciliter l'accès à l'information et accompagner les usages. L'intranet s'impose ainsi comme un environnement de travail à part entière, pensé pour durer.



L'intranet actuel : constats



Le projet est né d'un constat partagé : l'intranet existant, bien qu'opérationnel et éprouvé, ne reflétait plus pleinement l'identité, les ambitions et la dynamique de GGVié. Le parcours initial reposait sur un design volontairement simple et minimaliste, pensé pour mettre l'information au premier plan. Avec l'évolution des usages et des attentes des collaborateurs, repenser une expérience plus incarnée est alors apparu comme essentiel.

Un autre enjeu structurant consistait à faire évoluer le rôle de l'intranet. Celui-ci devait passer le cap du simple canal d'information, pour devenir un espace utile, engageant et structurant dans le quotidien des collaborateurs. Il s'agissait de mieux prendre en compte la diversité des profils, des métiers et des usages, tout en facilitant l'accès rapide à l'information pertinente.

Objectifs du nouvel intranet

Les objectifs du projet se sont alors structurés autour de plusieurs axes :

- Recentrer l'expérience sur le collaborateur et ses besoins concrets
- Renforcer l'identité de marque à travers une charte graphique affirmée
- Proposer des parcours personnalisés en fonction des profils
- Structurer l'information pour limiter la surcharge cognitive
- Intégrer l'intelligence artificielle comme levier d'assistance et de simplification
- Garantir une cohérence totale entre ambition UX, design et faisabilité fonctionnelle sur la solution Powell.

La conviction fondatrice du projet est claire : un design réussi est un design porteur de sens et de valeurs, pensé pour être compris, utilisé et adopté durablement par celles et ceux à qui il s'adresse.

Les fonctionnalités créatives dont GG Vie sont les plus fiers.

Le design de MyGGVie repose sur un concept structurant : **La Console**.

Un espace de pilotage qui articule l'expérience individuelle et la dynamique collective, et qui s'adapte aux profils, aux usages et aux priorités de chaque collaborateur.

Plutôt que de penser le design par pages, le projet a été conçu autour de principes d'expérience :

- **Personnalisation des parcours** : les contenus, accès et mises en avant s'adaptent au profil collaborateur pour proposer une information contextualisée, pertinente et immédiatement utile.
- **Lisibilité et hiérarchisation** : l'interface facilite l'accès rapide à l'essentiel tout en valorisant les temps forts de la vie de l'entreprise.
- **Identité incarnée** : la charte graphique, les illustrations dédiées et les choix visuels traduisent l'ADN GG Vie de manière cohérente, chaleureuse et reconnaissable.

L'intelligence artificielle s'inscrit comme un levier d'expérience à part entière. Elle accompagne les collaborateurs dans la recherche d'informations, l'accès aux ressources et la compréhension des contenus, en réduisant les frictions et le temps passé à chercher.

La solution Powell Intranet a été pleinement intégrée à la réflexion de conception. Les choix ergonomiques, graphiques et fonctionnels ont été réalisés en tenant compte du potentiel de la solution, afin de garantir une intégration fluide, sans rupture entre intention et mise en œuvre.

Dans cette nouvelle version, **le design prend tout son sens en devenant ainsi un dispositif fonctionnel, maintenable et évolutif.**

Ce qui rend MyGGVie unique, c'est sa capacité à conjuguer personnalisation, identité de marque, innovation (IA) et pertinence fonctionnelle dans une expérience cohérente, pensée pour durer.

« Cette refonte change la perception de l'intranet qui porte désormais pleinement l'identité et les valeurs de GG Vie. »



Pourquoi ce projet change tout



MyGGVie est puissant parce qu'il **accompagne une transformation en profondeur des usages, sans rupture artificielle**. Il s'inscrit dans une logique de maturité et d'évolution continue d'un intranet existant, en phase avec les attentes actuelles des collaborateurs.

Il est valorisant parce qu'il propose un intranet dans lequel chaque collaborateur peut se reconnaître, accéder rapidement à ce qui compte pour lui et évoluer dans un environnement qui incarne la marque GGvie. La personnalisation des parcours et l'intégration de l'intelligence artificielle renforcent cette promesse d'utilité et de simplicité au quotidien.

Il est surpuissant par l'alignement constant entre vision, design, usages et faisabilité. Chaque choix a été pensé pour être activable, maintenable et durable sur la solution Powell, garantissant un intranet réellement utilisé et pleinement ancré dans la Digital Workplace.

Les leçons et conseils retenus



Concevoir l'intranet comme une expérience globale, et non comme une juxtaposition de pages.

- Partir des profils et des usages réels pour structurer les parcours.
- Intégrer l'intelligence artificielle comme un facilitateur d'usage, jamais comme une surcouche.
- Travailler l'identité de marque sans nuire à la lisibilité
- Intégrer très tôt les contraintes fonctionnelles de la solution.
- Réunir une équipe projet aux expertises complémentaires (usage, fonctionnel, créatif) afin de concevoir une expérience complète, cohérente et créatrice de valeur.
- Penser l'évolutivité, la gouvernance et la maintenabilité dès la conception.



GGVIE Nous connaître Nos outils Nos avantages Nos médias Votre santé, notre prévention Nos réglementations

Bonjour Florence ! Jeudi 13 novembre 2025

Ex: Document, PDF...

Documents Actualités Page web Collaborateurs

ACCÈS RAPIDES
 EPointage Mon ADP
 LinkRH Mon université
 Notilus EContactPaie

MA BOÎTE À OUTILS
 Etravail EtempsPartiel
 OneDrive Outlook
 Voir plus

Actualités

Toutes les actualités Info com Info RH Info groupe Info Fondation Gan

01/09/2025
Rentrée 2025: ce qui va changer au sein du groupe Groupama Gan !
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veni...
 Lire l'article

29/08/2025
RH
 Semaine de la QVCT: ateliers bien-être, conférences...

29/08/2025
GRUPE
 Nouvelle politique RSE : engagements environnementaux et...

29/08/2025
MANAGER
 Nouveau programme de mentoring interne : les inscriptions sont ouverts

29/08/2025
INFO FONDATION GAN
 Télétravail : Les 5 règles d'or

GGVIE Nous connaître Nos outils Nos avantages Nos médias Votre santé, notre prévention Nos réglementations

Nous médias > Actualités > Eménagement sur le nouveau site Poitier Thalweg

EMMÉNAGEMENT SUR LE NOUVEAU SITE POITIER THALWEG

GRUPE

17/11/2025

Contacts utiles

- Julie Delvis
- Chloé Pronant

Temps de lecture : 15s

12 J'aime

Bienvenue sur votre nouveau site de Poitier !
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Lorem ipsum :

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempo.
- Labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.
- Eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ceci est une citation, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempo.

Powell

Projet le plus
innovant

The logo for abcfinance, featuring a red circle with a white triangle inside, followed by the text "abcfinance" in a sans-serif font. The "abc" is in red and "finance" is in grey.

abcfinance

Soutenu par :



Allemagne



Banque et
finance



Effectif : 700



Partenaire :



Aperçu

Avec « Visualiser leur stratégie ESG », abcfinance a créé une plateforme interactive présentant sa stratégie de développement durable (E = Économique, S = Social et G = Gouvernance) de manière attrayante pour tous les employés. L'objectif était de dépasser les déclarations de mission abstraites ou les documents PDF statiques et d'intégrer pleinement le développement durable à leurs activités quotidiennes. En intégrant cette visualisation au sein du réseau abc-Network, ils ont créé un centre d'information facilement accessible.

La plateforme intègre leur stratégie de développement durable (objectifs concrets, indicateurs clés de performance et indicateurs de progrès) dans un environnement numérique intuitif. Elle repose sur les 17 Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, qui relient les priorités écologiques, sociales et économiques dans un cadre mondial afin de promouvoir un développement équitable et durable. La mission d'abcfinance est de favoriser la transparence, l'engagement et la participation en rendant le développement durable mesurable, tangible et intégré au travail quotidien.

Les employés bénéficient ainsi d'une vue d'ensemble claire de leur situation actuelle, des initiatives en cours et de la contribution de chaque action à la stratégie globale. Ce panorama interactif des ODD transforme le développement durable d'un concept stratégique en une réalité tangible.

Effectif : 700

Secteur : Banque et finance

Lieu : Allemagne

Qu'est-ce qui rend ce projet vraiment unique ?

L'innovation majeure de la visualisation de leur stratégie ESG au sein du réseau abc réside dans l'alliance d'une gestion stratégique du développement durable et d'une expérience intranet interactive et centrée sur l'employé. Au lieu de présenter le développement durable de manière isolée ou à des fins purement informatives, ils l'ont ancré dans l'espace de travail numérique comme un outil dynamique de gestion et de communication.

Ce qui est particulièrement novateur, c'est la structure claire qui s'appuie sur les 17 ODD, combinés aux objectifs opérationnels, aux mesures et aux indicateurs clés de performance (KPI) de l'entreprise. Pour la première fois, ce lien permet aux employés de relier directement les objectifs de développement durable mondiaux, certes abstraits, des Nations Unies aux activités concrètes de leur propre entreprise. De plus, leurs progrès ne sont pas seulement communiqués de manière sélective, mais font l'objet d'une mise à jour continue et transparente.

Leur intranet devient ainsi un lieu central d'orientation, de dialogue et de responsabilisation. Les employés peuvent s'informer de manière autonome, comprendre les contextes et constater que le développement durable fait partie intégrante de la stratégie d'entreprise et n'est pas un simple ajout à des fins de communication.

Les défis qui ont tout déclenché.



Dans un contexte d'entreprise, la notion de développement durable est souvent abstraite, fortement influencée par les données, les chiffres clés et les exigences réglementaires, et difficile à comprendre pour de nombreux employés.

Le principal défi de leur projet de visualisation de la stratégie ESG d'abcfinances était donc de présenter une stratégie de développement durable complexe, comportant de nombreux objectifs, mesures et interdépendances, d'une manière compréhensible, transparente et compréhensible pour tous les employés.

L'objectif était de présenter un sujet complexe de manière claire et concise, sans en altérer la profondeur ni le sens. L'information devait se concentrer sur l'essentiel, tout en permettant aux utilisateurs d'approfondir certains points si nécessaire. Un guide d'utilisation intuitif et clair était tout aussi important pour faciliter la prise en main et l'orientation.

Les fonctionnalités créatives dont nous sommes le plus fiers.

- 1** Au cœur de ce dispositif se trouve un graphique interactif des ODD qui permet aux utilisateurs d'explorer directement les différents thèmes de la stratégie et de consulter les objectifs et les mesures associés.
- 2** En outre, il est possible de consulter des explications supplémentaires, des informations générales et des exemples pratiques pour chacun des 17 ODD via un portail officiel dédié aux ODD.
- 3** abcfinance est particulièrement fière de la présentation modulaire et interactive des objectifs de développement durable (ODD).
- 4** Les quatre catégories de la stratégie servent de points de repère thématiques et permettent de définir des objectifs spécifiques à l'entreprise, auxquels sont associées des mesures concrètes. Le statut respectif (par exemple : planifié, en cours, mis en œuvre) et les indicateurs clés de performance (KPI) pertinents rendent immédiatement visibles les progrès accomplis et les actions à entreprendre.
- 5** Le contenu peut être facilement mis à jour, enrichi ou restructuré sans modifier la structure globale.
- 6** Une fonction de filtrage et de recherche intégrée permet également aux employés de rechercher des sujets, des mesures ou des objectifs spécifiques afin d'obtenir rapidement une vue d'ensemble.
- 7** Un autre aspect créatif réside dans la réduction délibérée du texte au profit d'une orientation visuelle. Des icônes et des indicateurs de progression facilitent la compréhension et encouragent l'interaction.

Points saillants



685

avis sur l'article de presse

« Pour moi, ce nouveau design est une solution gagnant-gagnant classique, car il permet d'aborder le sujet complexe du développement durable chez abcfinance de manière compréhensible tout en préservant la profondeur du contenu. »

- Julien Vöcker, Direction



Pourquoi ce projet change la donne.

L'intégration étroite de la stratégie, de la mise en œuvre et de la mesure au sein d'une plateforme unique est novatrice pour la visualisation de la stratégie ESG. Le réseau abc n'est pas seulement une plateforme d'information, mais aussi un espace de pilotage, d'apprentissage et de communication.

De plus, leur projet instaure la transparence, renforce la confiance et encourage les employés à s'impliquer activement et avec enthousiasme dans la question du développement durable, idéalement en y contribuant pleinement. Le développement durable n'est ainsi pas véhiculé comme un message vertical, mais apparaît comme un processus de développement partagé.

L'espace de travail numérique devient ainsi un outil stratégique qui oriente les collaborateurs et favorise la responsabilisation. Ces derniers constatent que le développement durable est mesurable, maîtrisable et essentiel à la réussite de l'entreprise. Parallèlement, il apparaît clairement que le progrès est un processus continu, ponctué de succès, de défis à relever et d'étapes suivantes clairement définies.

Leçons apprises et conseils pour les autres.

- Dans l'environnement de travail numérique, le développement durable ne doit pas être considéré comme une question isolée. Il ne déploie pleinement son potentiel que lorsqu'il est visiblement lié à la stratégie d'entreprise, à des mesures concrètes et à des résultats mesurables.
- De plus, ils recommandent de toujours prendre en compte le point de vue de l'utilisateur au sein de la structure. Un contenu complexe doit être clairement structuré, accompagné d'éléments visuels et facilement accessible.
- Enfin, et surtout, il est judicieux de s'appuyer sur des plateformes flexibles qui permettent des développements ultérieurs.

Powell

Coup de Coeur



Soutenu par :



France



Matériaux
de résine



Effectif : 4000



Partenaire :



Aperçu

Depuis sa fusion avec HarbisonWalker International en 2023, le groupe Calderys exploitait deux intranets distincts : l'un pour l'ancienne organisation Calderys (principalement les employés des régions Asie-Pacifique et Europe, Moyen-Orient et Afrique, ainsi que quelques-uns aux États-Unis et au Brésil) et l'autre pour HWI, membre du groupe Calderys (principalement les employés aux États-Unis, au Canada et au Mexique). Chacun reflétait sa structure et ses méthodes de travail d'origine (avant la fusion), et non la réalité d'une organisation mondiale nouvellement consolidée.

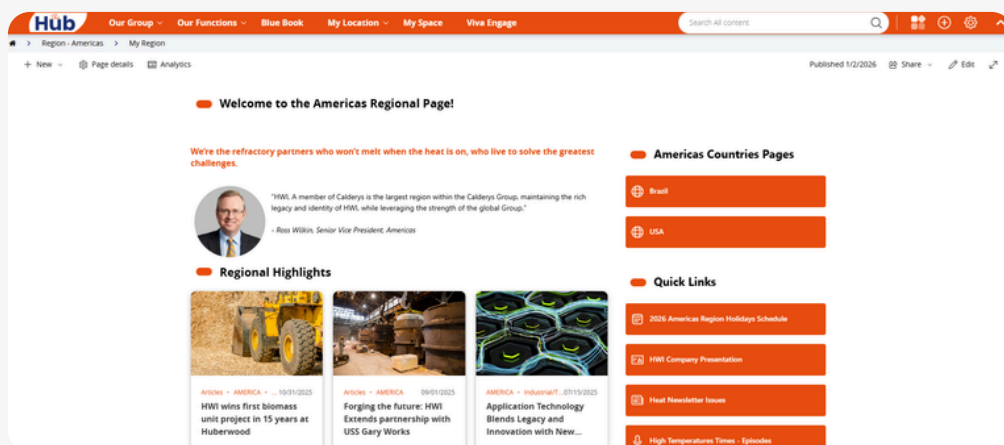
La refonte de l'intranet a permis de créer un espace de travail numérique unique et unifié pour environ 2 700 collaborateurs connectés, répartis dans trois régions : Amériques, EMEA et APAC. Le projet visait à repenser et restructurer l'intranet afin d'harmoniser les procédures, la gouvernance et les contenus, tout en favorisant un sentiment d'appartenance, en améliorant l'efficacité et en soutenant la collaboration au sein de la nouvelle organisation Calderys. Le projet a débuté vers avril 2024 et le nouvel intranet a été mis en service le 16 décembre 2024.

Aujourd'hui, l'intranet mondial connecte les employés du monde entier, rendant l'information facilement accessible, renforçant l'identité et permettant une méthode de travail plus intégrée et plus efficace.

Effectif : 4000

Matériaux de réusine

Lieu : France



Qu'est-ce qui rend ce projet vraiment unique ?

Pendant deux ans, Calderys et HWI ont exploité des intranets distincts, inaccessibles aux employés de l'autre, tout en s'appuyant simultanément sur deux écosystèmes de collaboration différents : Google Workspace et Microsoft 365. Cette fragmentation a créé des silos, du contenu dupliqué et a limité la collaboration au sein de la nouvelle organisation consolidée.

La refonte de l'intranet a débuté dans le cadre du projet de collaboration mondial de Calderys, qui visait à standardiser les outils au sein de l'organisation et à achever la migration vers Microsoft 365. Pour l'équipe Communication, cela impliquait de migrer l'ensemble du contenu et des fichiers liés à l'intranet de Google vers Microsoft, tout en repensant l'architecture et le modèle de gouvernance de l'intranet.

Les objectifs étaient clairs.

Leur objectif était de consolider deux intranets existants en une seule plateforme mondiale pour environ 2 700 employés répartis sur les continents américain, EMEA et APAC, afin de favoriser l'efficacité et la collaboration grâce à Microsoft 365 ;

- unifier l'accès et la gouvernance ; et offrir une expérience employé fluide qui favorise le sentiment d'appartenance, la clarté et la continuité des activités.

Calderys avait besoin d'un partenaire fiable capable de gérer la complexité technique, les délais serrés et les changements organisationnels à grande échelle, tout en fournissant un environnement de travail numérique moderne et attrayant, en accord avec la nouvelle identité de Calderys.

Powell s'est avéré être le partenaire idéal pour cette mission.

« Le lancement de l'intranet au sein de notre organisation a non seulement optimisé la manière dont nous recherchons, stockons et partageons l'information, mais il a également permis de connecter nos collègues du monde entier suite à une fusion majeure. Cet intranet s'est révélé un outil formidable pour symboliser notre unité en tant qu'organisation mondiale. »

Jameilyara MOORE, spécialiste en gestion des connaissances d'entreprise II



Les fonctionnalités créatives dont nous sommes le plus fiers.

Le nouvel intranet de Calderys, basé sur SharePoint et géré par Powell Intranet, est accessible à tous les collaborateurs connectés du Groupe. **Il centralise l'information et facilite la collaboration.** La plateforme regroupe les pages des départements, les applications clés, les politiques, les documents, les actualités et les échanges internes via Viva Engage.

Baptisé « **The Hub** » suite à un sondage international auprès des employés, l'intranet renforce l'identité commune et favorise son adoption dans toutes les régions. Toutes les communications internes redirigent désormais les employés vers The Hub, et tous les documents destinés à l'ensemble de l'entreprise sont hébergés directement sur la plateforme SharePoint de l'intranet, garantissant ainsi cohérence et visibilité.

L'intranet Powell nous a permis de structurer le contenu de manière claire et intuitive. Il nous a permis de centraliser les documents sur une plateforme unique, réduisant ainsi considérablement les doublons et les contenus obsolètes. La plateforme comprend également des fonctionnalités conçues pour améliorer l'expérience utilisateur, telles que l'intégration de LinkedIn qui permet aux publications des comptes LinkedIn de l'entreprise d'apparaître directement sur la page d'accueil et de se mettre à jour automatiquement, des alertes personnalisables et une visite guidée pour les nouveaux utilisateurs, rendant ainsi l'intranet à la fois attrayant et efficace.

L'intranet est géré par le département Communication, avec l'aide de contributeurs désignés par fonction et par pays, ce qui confère une certaine autonomie à certaines équipes tout en garantissant la cohérence éditoriale. Cela représente un changement majeur par rapport à l'ancien intranet de HWI, géré par le service informatique et qui nécessitait la création d'un ticket pour chaque mise à jour de contenu ; sans visibilité ni contrôle de la part du département Communication, il en résultait un manque de cohérence, de logique et de processus organisé, une structure désordonnée et une approche fragmentée.

Grâce à l'intranet Powell, Calderys bénéficie désormais d'un environnement de travail numérique moderne et convivial, intuitif pour les employés et facile à gérer pour l'équipe de communication. Il renforce l'autonomie des employés, améliore l'efficacité et favorise la collaboration et l'engagement au sein de l'organisation.

« Notre nouvel intranet a véritablement transformé le fonctionnement du Groupe. Pour la première fois, tous partagent une plateforme intuitive et conviviale : une source unique d'information fiable qui décloisonne les régions et les organisations traditionnelles, connecte les équipes et les départements, renforce l'identité du Groupe, donne accès à des informations fiables, actualisées et cohérentes, et permet à chacun de s'exprimer, favorisant ainsi une véritable communication bidirectionnelle.

»

Aurélie de Chassey-Hayot, vice-présidente mondiale, Communications et développement durable



Leçons apprises et conseils pour les autres.



- **Consacrez du temps en amont à comprendre vos utilisateurs.**
- **Définissez autant de profils types que nécessaire** pour refléter la diversité des rôles, des régions et des cas d'usage au sein de l'organisation, et concevez l'intranet en fonction de chacun d'eux. Cela garantit la pertinence, l'adoption et la valeur à long terme.
- Veillez à disposer d'un **plan de site bien structuré** et à ce que les outils de l'entreprise, tels qu'Azure Active Directory, soient correctement configurés pour prendre en charge les fonctionnalités de l'intranet. Cela permettra d'offrir une expérience utilisateur fluide et personnalisée et garantira le bon fonctionnement de toutes les fonctionnalités dès le premier jour.
- Enfin, **impliquez le service informatique de votre entreprise dès le début.** Une collaboration étroite entre les services de communication et l'informatique est essentielle pour harmoniser les exigences techniques, la sécurité, la gouvernance et les échéanciers, notamment lors des migrations ou des consolidations de systèmes.

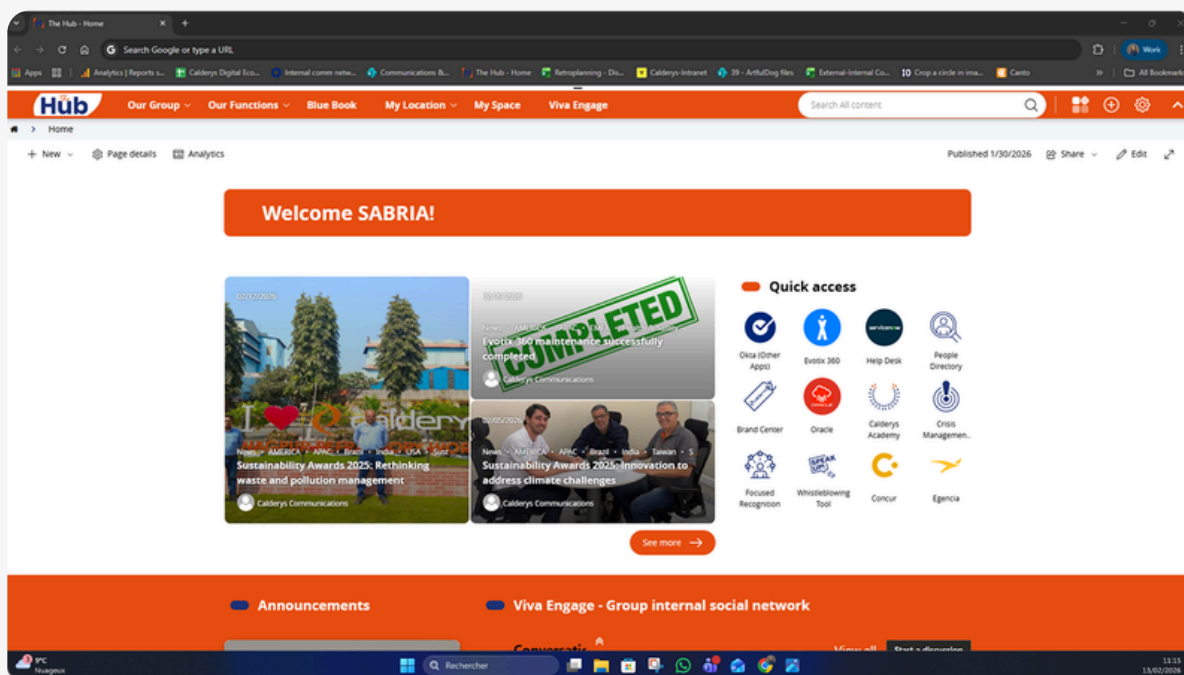
Points saillants

Calderys a enregistré **1 476** utilisateurs avancés/actifs à la fin du mois de décembre 2025, montrant une augmentation constante et continue au fil du temps.

Engagement : Davantage de pages sont consultées (**214** → **362**) et les utilisateurs visitent davantage de pages par session (**2** → **3**), ce qui suggère que les améliorations apportées à la navigation et à la structure du contenu sont efficaces.

Interaction avec le contenu : Le nombre de mentions « J'aime » a augmenté de manière significative (**10** → **18**), ce qui indique une plus grande appréciation du contenu publié.

Durée de la session : Légère diminution (**9 min** → **7 min**), ce qui pourrait indiquer que les utilisateurs trouvent plus rapidement ce dont ils ont besoin.





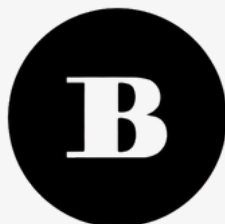
The screenshot shows a web interface for a communications hub. At the top, there is a navigation bar with the 'Hub' logo and several menu items: 'Our Group', 'Our Functions', 'Blue Book', 'My Location', 'My Space', and 'Viva Engage'. Below the navigation bar, the page title is 'Our functions > Communications'. On the right side of the page, there is a search bar and utility icons for 'Published 1/9/2026', 'Share', 'Edit', and a refresh icon.

The main content area is divided into several sections:

- Welcome to the Communications page!**: This section features a circular profile picture of Aurélie de Chassey-Hayot. To her right is a quote: "Our team aims at connecting, informing, and inspiring our people across the company. We are committed to fostering an open, transparent, and collaborative environment where every employee feels informed and engaged. Whether we are sharing company updates, promoting key initiatives, or celebrating our collective achievements, our goal is to ensure that everyone feels connected to the company's purpose and values, actively contributing to our collective success." Below the quote is her name and title: Aurélie de Chassey-Hayot, Global Vice President, Communications & Sustainability.
- Quick Links**: A vertical list of three orange buttons: 'Crisis Management Process', 'Brand Center', and 'Market Communications'.
- Communications related news**: A grid of three news items. The first is 'Our 2025 year in review' with a '2025' graphic. The second is 'This year's Season's Greetings card is now available to share' with a blue graphic. The third is 'Anniversary video series: Chapter 4 is live' with a video thumbnail.
- Useful Documents**: A vertical list of three orange buttons: 'Communications Department Scope.pdf', 'Viva Engage User Guide', and 'Calderys Social Media Guidelines'.

Powell

Héros de l'intranet



Soutenu par :



Canada



Biens de
consommation



Effectif : 200



Intranet Her^oes

Stitch DX a nominé Sasha Carvalho et Emilie Rivest de Browns Shoes comme Héros de l'Intranet 2026.

**Que sont les Héros de l'Intranet ? Ce sont les piliers des projets intranet !
Ceux qui donnent vie à l'espace de travail numérique.**

Pourquoi Stitch DX a-t-il nominé Sasha et Emilie ?

Emilie Rivest et Sasha Carvalho ont été les piliers du nouvel intranet, en y ajoutant du contenu, en gérant de nouveaux projets, en formant les nouveaux utilisateurs, en traitant les demandes d'assistance et, de manière générale, en assurant la promotion. Leur maîtrise de la communication interne et des aspects techniques du projet a été essentielle au succès de la relance de l'intranet de Browns.



Powell
Power
Awards 2026

**Découvrez Powell Intranet,
le nouvel allié de votre
infrastructure
technologique Microsoft.**

Découvrez comment Powell Intranet peut vous aider à rationaliser la communication, à améliorer la collaboration et à créer une meilleure expérience pour vos employés.

[Réservez une démo](#)

