

Passerelle

la lettre du LASCO



6ème numéro

Editorial

Les organisations à l'heure des médias sociaux

Avec *Facebook*, *Twitter* et *YouTube* en tête, les médias sociaux ont radicalement bouleversé les pratiques dans les organisations, impliquant dorénavant plus de collaboration et moins de hiérarchisation. Certaines organisations ont d'ores et déjà adopté plusieurs principes de la *Wikinomie* (de l'anglais *Wikinomics*) désignant cette « économie de la collaboration entre groupes humains »: l'ouverture, l'utilisation partagée et l'interaction entre pairs. Avec des milliers de photos, de vidéos et autres *Tweets* qui s'étalent sur le Web à chaque seconde, les organisations ; entreprises, ONG, lobbys, marques ou partis politiques, doivent désormais soigner leur « réputation digitale », faisant l'objet d'un jugement en *continu* de la part des citoyens-consommateurs.



Des médias sociaux qui agissent également comme des amplificateurs de crises et comme agrégateurs d'opinions individuelles qui, sur le mode horizontal (« *bottom up* ») permettent d'exercer une pression sur les organisations. Aussi, du boycott des marques à la mobilisation politique il n'y a qu'un pas. Alors qu'en Tunisie, la « Révolution de Jasmin » constitue la première véritable révolution *virale*, en Belgique, des jeunes de la génération internet ; les « digital natives » comme les nomme l'auteur canadien [Don Tapscott](#) organisent leur première manifestation avec l'initiative [Shame.BE](#) lancée sur les réseaux sociaux. Depuis quelques mois, le LASCO, désormais présent sur [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Wikipedia](#) et [Twitter](#), s'efforce également d'investir modestement cette « grande conversation » virtuelle, misant ainsi sur une *virilité* de la parole académique. **Nicolas Baygert.**

Chiffre du trimestre

“62. C'est le nombre de milliards de minutes accordées chaque jour dans le monde à la lecture des emails. Il s'échange dans le monde 2,9 millions d'emails chaque seconde, soit 250 milliards par jour”. Source: Newsletter Occurrence – Hiver 2010 – N°36

Organisation



Le LASCO a le plaisir d'accueillir un nouveau membre. Il s'agit de **Béatrice Jalenques-Vigouroux**, maître de conférence en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Institut National des Sciences Appliquées de Toulouse. Ses axes de recherche portent principalement sur la communication des organisations comprenant une étude des discours émis par ces entités à travers une analyse de leurs dimensions narratives. Elle poursuit également ses recherches sur la communication environnementale. C'est d'ailleurs sur ce sujet qu'elle a débattu sa thèse en 2006: “Dire l'environnement: le *métarécit* environnemental en question”.

Un accord Erasmus entre le LASCO et l'univ. de Poitiers est en cours. Outre l'accord Erasmus avec le CELSA de l'univ. Paris IV-Sorbonne, le LASCO a conclu récemment un autre accord de ce type avec l'univ. de Stirling en Ecosse pour permettre, chaque année, l'échange d'un enseignant-chercheur entre les deux universités.

Actualités des membres

Thierry Libaert



Thierry Libaert a rédigé un article paru en novembre 2010 dans "Communication & Organisation" intitulé "Aléa communicationnel et communication sensible. Pour une reconnaissance de l'effet d'incertitude appliquée à la communication d'entreprise".

Un nouvel ouvrage "Communication et Environnement, le pacte impossible" est disponible aux Presses Universitaires de France, dans la collection "Innovation Institutionnelle" qui bénéficie du soutien de l'Université de Lausanne et de la Fondation Nicolas Hulot. Le livre traite des relations complexes et ambiguës entre les problématiques environnementales et l'approche communicationnelle. Thierry Libaert a aussi réédité "La Communication d'Entreprise", disponible aux Editions Economica.

Les Actes du colloque organisé les 24 et 25 mai 2010 par l'Institut des Relations Internationales et Stratégiques "Opinions publique, Entreprise et développement durable" viennent de paraître. Le texte de l'intervention de Thierry Libaert est disponible à l'adresse suivante: <http://www.affaires-strategiques.info/spip.php?article4440>

L'auteur est membre du conseil scientifique du programme Movida. Lancé par le Service de la Recherche du Commissariat général au Développement durable, ce programme cible tout particulièrement l'accompagnement au changement.

François Lambotte

Deux nouveaux ouvrages sont parus à la fin du mois de janvier dans la collection *Communication* dirigée par **Christine Donjean** aux éditions Edi.pro. Le premier intitulé: "Communication publique et incertitude: fondamentaux, mutations, et perspectives" est rédigé sous la direction d'Eric Cobut et de François Lambotte. La particularité de cette publication collective tient au fait que la communication publique est abordée selon une approche systémique et intégrée. Chaque thématique est traitée par une équipe composée d'un académique et d'un praticien.

Le deuxième ouvrage s'intitule "Tenir le C.A.P. de vos communications en entreprise pour une performance optimale de vos réseaux humains et techniques". François Lambotte et André A. Lafrance proposent un modèle pratique d'analyse et d'intervention sur les réseaux humains et techniques de communication donnant vie à l'entreprise. Cette approche en réseau offre une analyse des communications du niveau micro de la communication interpersonnelle jusqu'au niveau macro de l'entreprise dans sa globalité. Le programme d'analyse est complété par un programme d'intervention détaillant la planification, la budgétisation et l'évaluation du projet d'intervention.

Nicolas Baygert

Nicolas Baygert a rédigé un article “Quand les populismes d’Europe se mettent au thé” dans le quotidien La Libre Belgique. Cet article paru le samedi 15 janvier est disponible à l’adresse suivante:

<http://www.lalibre.be/debats/opinions/article/636257/quand-les-populismes-d-europe-se-mettent-au-the.html>.

Un autre article sur une thématique similaire, intitulé “Marine Le Pen à l’heure du Tea party” est paru dans le magazine en ligne français Slate.fr: <http://bit.ly/i7yldb>

Formation à la communication environnementale

Nicolas Baygert, Andrea Catellani, Christine Donjean, Jean-Marie Pierlot et Sophie Pochet sont intervenus à la formation “Communication environnementale” co-organisée par l’UCL, l’IHECS et l’Institut Eco-conseil dans le courant de la fin d’année 2010. Ces séminaires-ateliers proposés en horaire décalé s’adressent à des professionnels de la communication afin de comprendre et de mieux maîtriser les techniques et les outils de la communication environnementale.

Sophie Pochet

Sophie Pochet donnera en mai prochain une formation au CECOM (Centre d’Etudes de la Communication) sur l’usage des arguments écologiques dans la publicité. Pour de plus amples informations, consultez la page: <http://sites-final.uclouvain.be/cecom/Ateliers.htm>

Mélanie Notte

Mélanie Notte, doctorante au LASCO, a présenté sa recherche sur la communication environnementale des organisations le 25 janvier dernier lors du “Research day” de l’Institut Langage et Communication.

La communication environnementale 2010 FORMATION

L'Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS)

PROGRAMME

SESSION INTRODUCTIVE ET THÉORIQUE (2 heures)

- Thématiques environnementales
- Case study
- Fundaments et stratégies de communication environnementale

SEMINAIRE-ATELIER 1 La vulgarisation scientifique dans la communication environnementale (2 heures)

- «Bilan de forces et maillages de toutes sciences»
- Détection et réalisation de supports de communication et élaboration des besoins de formation et de communication
- Conception de messages d'impact pédagogique

SEMINAIRE-ATELIER 2 La communication environnementale durable: comment agir? (2 heures)

- Évaluation des concepts de communication environnementale et développement durable
- Élaboration
- Changements des mentalités et comportements
- La mise en charge de communication au sein de l'organisation

PÉDAGOGIE MISE EN ŒUVRE

Les dispositifs de formation sont adaptés et adaptés en fonction du profil des participants.

La formation comprend:

- des modules théoriques interactifs
- des ateliers de mise en œuvre
- des cas pratiques
- des outils pédagogiques

INSCRIPTION ET PROGRAMME COMPLET en ligne www.ihecs-fc.be

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Lauree.Englebert@ihecs.be
 Coordination: IHECS - Formation continue
 Lauree.Englebert@ihecs.be
 Tél: +32 2 548 55 37
 Fax: +32 2 512 61 23

> DATES DE FORMATION

Octobre 2010 : 4, 5, 11, 18, 25, 29, 30
 Novembre 2010 : 2, 4, 8, 13, 15, 17, 22, 27, 29
 Décembre 2010 : 1, 6, 11, 13

> HORAIRES

Dimanche : de 10h à 20h
 Samedi : de 9h à 13h

> LIEU

IHECS
 2040 rue de l'Étoile
 1000 Bruxelles

> PRIX

€ 280 -> inscriptions individuelles / ONG
 € 700 -> entreprises

IHECS, INSTITUT ECO-CONSEIL, UCL Université catholique de Louvain, FSC



Racontez-moi des histoires...

Les récits d'organisation ou le storytelling connaissent, de nos jours, un attrait croissant soit en communication interne avec comme objectif la dissémination de valeurs ou dans les projets de changement, soit en relations publiques ou communication marketing pour construire ou véhiculer une certaine image de l'organisation ou de l'homme politique. Elles peuvent également servir dans l'analyse des processus organisationnels. Notamment, on peut dans le cadre d'une interview solliciter le répondant à raconter des histoires en posant des questions comme « Décrivez un événement récent qui illustre la pauvreté ou la richesse de la communication dans le cadre de votre travail ? ».

Les histoires : ce sont les véhicules ancestraux de la transmission de la connaissance. Elles sont intéressantes parce qu'elles ont cette propriété hors du commun de transmettre des savoirs, des valeurs, ou des leçons qui prendraient trop de temps à expliquer de manière factuelle ou rationnelle. Mais tout n'est pas histoire au sens théorique du terme. De façon simplifiée une histoire a un début, un nœud (un problème, une crise, un événement) un milieu, un dénouement et une fin. Autrement dit, c'est aussi un ensemble d'événements interconnectés par une mise en intrigue. Bien que simple en apparence, le défi, dans son utilisation fonctionnelle ou analytique, réside dans la création d'une vraie histoire ou dans sa détection dans une entrevue où digression ou allers-retours sont légions.

Il convient donc de s'armer méthodologiquement afin d'assurer l'efficacité, le sérieux et la qualité de votre travail d'analyse et de communication. Pour plus d'informations concernant les recherches sur les narrations organisationnelles, contactez **François Lambotte**: francois.lambotte@fucam.ac.be

Mémoires mis à l'honneur

Marie-Amélie Lenaerts, Florence Bayet et Leila Jmili, fraîchement diplômées en Relations Publiques à l'École de communication de l'UCL ont réalisé chacune un des meilleurs mémoires de leur promotion dans le domaine de la communication environnementale. M-A Lenaerts s'est penchée sur les discours environnementaux tenus par les marques de luxe sur leur site Internet. Suite à son analyse ciblant neuf marques de luxe, elle conclut qu'en réalité, peu d'entreprises du secteur adoptent ce genre de discours, ces marques ayant tardé à reconnaître leurs responsabilités en matière environnementale. F. Bayet a quant à elle réalisé une analyse de contenu à partir de documents de type institutionnel à savoir le rapport annuel et le rapport de développement durable de l'année 2008 pour trois fournisseurs d'énergie. Il en ressort que ceux-ci utilisent principalement le thème de la "lutte contre le changement climatique" dans leurs documents institutionnels. Leila Jmili s'est plutôt intéressée à l'argument écologique dans la publicité automobile. Ces dernières années, l'argument écologique est devenu un argument de vente à part entière. De nos jours, la publicité automobile va jusqu'à convaincre les clients que l'achat d'un véhicule devient un acte écologique en soi.

Les synthèses des mémoires sont disponibles à l'adresse suivante: <http://www.uclouvain.be/358235.html>

En prévision

Journée d'étude sur la communication de crise



En lien avec le groupe Org&Co de la Société Française des Sciences de l'information et de la communication, le LASCO organisera le 25 février à Louvain-la-Neuve, une journée d'étude ouverte à tous sur le thème de la communication de crise. Le questionnement central se déploiera autour de la problématique d'une triangulation crise-organisation-communication et de ses corollaires, la prévention, la gestion et la capitalisation des connaissances. Diverses approches seront abordées. Parmi elles, nous recensons l'évolution de la communication de crise et la place des réseaux sociaux, le rôle de l'interne en communication de crise ou encore les notions de légitimité et de confiance. A ce jour, divers intervenants sont déjà pressentis. **Thierry Libaert** (professeur, UCL) nous présentera les éléments fondamentaux qui se dégagent des commissions d'enquête. **Andrea Catellani** (Chargé de cours, UCL) et **Mélanie Notte** (doctorante, UCL) proposeront une intervention sur la communication postcrise de BP. **Christine Hambursin** (doctorante, UCL) partagera son analyse sur les discours des salariés-blogueurs en temps de crise. Outre des scientifiques, nous aurons également le plaisir d'écouter des professionnels de la communication tel que Paul de Backer, porte-parole de l'aéroport de Bruxelles. Il nous exposera la gestion de la communication de crise à l'aéroport de Bruxelles National au moment de l'éruption du volcan islandais. Pour toutes modalités pratiques: <http://www.uclouvain.be/356631.html>

Patrice de la Broise

Le prochain séminaire du LASCO se déroulera le 18 mars 2011. Nous aurons le plaisir d'écouter Patrice de la Broise, enseignant-chercheur à l'Université Charles-de-Gaulle Lille 3. Son intervention portera sur la professionnalisation de la communication. Ce séminaire est ouvert à tous.



Isabelle Le Breton

Isabelle Le Breton, Maître de conférences à l'université Paris-Sorbonne CELSA, sera l'invitée du LASCO le 8 avril 2011. Elle interviendra sur la communication des ONG.



Passerelle est éditée par le LASCO
 Contact, informations: lasco-comu@uclouvain.be
 Directeur de la publication: Thierry Libaert
 Rédactrice en chef: Audrey Crucifix 010 472848
 UCL COMU - 14, ruelle de la Lanterne Magique
 B.1348 Louvain-la-Neuve
 Belgique

