

# Passerelle

la lettre du LASCO



7ème numéro

## Editorial

### Le personnel: un vecteur de communication?

Une image que l'on n'est pas prêt d'oublier : celle des petites mains des ateliers Dior que l'on n'a pas l'habitude de voir ainsi applaudies à la fin du défilé ? Exit John Galliano, éliminé pour propos xénophobes, voici le « cœur et l'âme » de la maison. Voici le personnel qui porte les valeurs de la prestigieuse marque.

Une image d'authenticité, un symbole qui parle au cœur. Car chacun sait que le personnel des entreprises est porteur de ses valeurs, constitue son meilleur ambassadeur. Ou qui peut le devenir quand on prend la peine de l'informer et de lui faire confiance. Voici quelques années déjà que les organisations privilégient les membres de leur personnel comme des vecteurs de communication par excellence, au moment même où les experts et observateurs de la communication des organisations mettent en doute la légitimité des services patentés de communication, en termes de crédibilité particulièrement.

J'avais observé tout particulièrement le recours aux témoignages des membres du personnel dans des contextes de changement, comme « champions du changement », témoins de la faisabilité de mutations difficiles, qu'ils rendent accessibles et crédibles dans des termes simples et irréfutables, entraînant leurs collègues plus réticents dans une dynamique naturelle. J'avais observé aussi combien les organisations faisaient appel à eux quand il s'agissait de recruter de nouveaux collaborateurs. L'expertise verticale de jadis admettait que si l'expert en sait plus que moi, il est donc symboliquement au-dessus de moi. Cette approche verticale du savoir n'a plus la cote et ce sont les pairs, c'est-à-dire l'ensemble des inconnus qui nous ressemblent, qui valident un savoir, une pratique ou une mode. **Christine Donjean.** L'intégralité de l'article à l'adresse :

<http://lasco.comu.ucl.ac.be/WP/ChDonjean201105.pdf>

## Chiffre du trimestre

Selon une étude réalisée par Burson-Marsteller, 84% des entreprises du classement Fortune 100 sont actives sur au moins un media social en 2011, contre 79% en 2010. La forte montée en puissance des entreprises asiatiques sur les réseaux sociaux expliquerait cette hausse (50% en seulement un an).

## Organisation



Cwako Gervais est membre du LASCO depuis quelques mois. Il est titulaire d'un Master en communication des organisations et des entreprises de l'Université de Douala au Cameroun. C'est à l'UCL qu'il a décidé d'entamer une thèse de doctorat. Il travaille sur la communication corporate dans la construction de l'image des entreprises multinationales des pays d'Afrique subsaharienne. Il s'attarde plus précisément sur une étude de cas du Cameroun.

## Actualités des membres

### François Lambotte

François Lambotte a présenté en collaboration avec André-A Lafrance (Université de Montréal) une communication intitulée “Allô Bruxelles? Ici Montréal! Apprentissage du travail en équipe virtuelle” au colloque *Perspectives de développement des pratiques en communication: modes d'organisation et enjeux de formation* à l'ACFAS, à Sherbrooke, Canada le 12 mai.

Il présentera en collaboration avec Dominique Meunier (UdeM) la recherche intitulée “Research process and messiness: bricolage as organizing” dans le cadre du 27<sup>th</sup> EGOS Colloquium ‘Reassembling Organization’ à Gothenburg en Suède du 7 au 9 juillet.

### Caroline Sauvajol-Rialland



Caroline Sauvajol-Rialland a rédigé un article publié dans *Le Monde Informatique* en février dernier, en réaction au communiqué de presse de Thierry Breton sur la suppression des mails chez Atos Origin. L'article est disponible à l'adresse suivante:

<http://www.lemondeinformatique.fr/actualites/li-re-tribune-de-caroline-sauvajol-rialland-objectif-zero-email-thierry-breton-precurseur-32952.html>

### Joseph Pirson

Joseph Pirson est depuis peu président du Conseil de l'Education et de la Formation en Communauté française de Belgique.

### Sophie Pochet

Sophie Pochet participera au Congrès International *Impact du Développement Durable sur le Marketing et la Communication des Organisations* à Agadir les 20 et 21 mai 2011. Son intervention portera sur les paradoxes de l'argumentation écologique dans la publicité.

### Mélanie Notte

Mélanie Notte a reçu le 3<sup>ème</sup> prix du trophée des jeunes espoirs en communication décerné par l'association “Communication et entreprise/UJJEF” fin 2010.

### Andrea Catellani

Andrea Catellani est membre fondateur de la *International Environmental Communication Association* (IECA) depuis le mois de mars. Cette association naissante regroupe des chercheurs internationaux autour de la thématique de la communication environnementale.

## Nicolas Baygert

Nicolas Baygert a rédigé un article paru sur Slate.fr, magazine en ligne français sur la mobilisation citoyenne en Belgique: <http://www.slate.fr/story/33977/Belgique-colere-blanche-shame-camping>

La Libre.be a publié le 30 mars dernier son article sur “Le corps glorieux d’Elio” à l’occasion de l’apparition du président du PS à la piscine de Mons: <http://www.lalibre.be/debats/opinions/article/651704/le-corps-glorieux-d-elio.html>

Il est également intervenu en direct sur la Une le 29 avril lors d’une émission spéciale consacrée au mariage de William & Kate. Il a débattu sur des thèmes tels que “The Firm”, la monarchie comme entreprise de relations publiques, la monarchie 2.0 et la peoplisation de la famille royale.



## Thierry Libaert

En tant que vice-président du Conseil Paritaire de la Publicité, Thierry Libaert a piloté l’élaboration d’un avis sur l’argument “commerce équitable” dans la publicité, paru le 13 avril 2011.

Thierry Libaert a récemment été cité dans divers articles. L’un est paru dans l’Echo le 2 avril dernier sur “le rôle d’un CEO à géométrie variable” ([www.lecho.be](http://www.lecho.be)). L’autre concerne l’accident de Fukushima, réalisée par l’AFP. C’est à travers cette agence qu’il a également fait l’objet d’un entretien sur les différentes stratégies mises en place par les entreprises et les autorités suite à différentes crises. Le Monde a également effectué une interview sur le sujet et a publié un article le 7 mai intitulé “Les entreprises, les crises et le principe de réalité”.

Le 15 avril dernier, il a présidé le 1er groupe de travail du Comité Economique et Social Européen sur le thème “efficacité énergétique et changement de comportement des citoyens”. L’objectif est que le CESE prononce un avis sur l’idée de mieux associer les citoyens européens aux choix énergétiques. Une journée d’audition ouverte à tous est prévue le 18 mai prochain.

## Axel Gryspeerdt

Axel Gryspeerdt vient de créer une fondation dans le but de mener des études et de favoriser le développement des collections d’art et de culture. Il s’agit du premier centre de recherche en Europe sur cet important phénomène de société. On peut facilement imaginer qu’une part des travaux de recherche sur le phénomène interdisciplinaire du collectionnisme aura une assise anthropologique et communicationnelle. Parmi les administrateurs de la “fondation pour l’étude et le développement des collections d’art et de culture, en abrégé Collectiana”, figurent des personnalités connues du LASCO: Philippe Marion, Jacques Polet (droit de la communication) et Jean-Claude Jouret (professeur à l’Ihecs et doctorant). Renseignements: [axel.gryspeerdt@uclouvain.be](mailto:axel.gryspeerdt@uclouvain.be)



## Le point sur...

### un nouveau concept



“**Carrot mob**” est une organisation à but non lucratif originaire des Etats-Unis et fondée par Bret Schulkin, ancien membre de Google. Son objectif est d’aider les magasins, restaurants et bars à investir dans des comportements écologiques sur base d’un concept assez original, à l’opposé du *boycott*: le *buycott*.

Le principe du *buycott* est une forme d’activisme consumériste consistant à acheter/consommer beaucoup de biens d’une même compagnie en une période de temps très courte. En effet, au lieu de manifester contre diverses entreprises, Carrot Mob a pour but d’aider celles-ci financièrement afin d’investir dans l’amélioration de leurs performances écologiques. Comment? L’organisation Carrot Mob utilise les réseaux sociaux (*Facebook*), le mailing et la distribution de tracts pour convaincre et rassembler des clients potentiels à acheter/consommer tel produit à tel endroit à une telle heure afin de soutenir et d’aider l’entreprise à réaliser des bénéfices dont un certain pourcentage sera consacré à la réalisation de travaux verts. Ainsi, le bénéfice est total; ce qui explique sans doute le succès du concept désormais présent aux quatre coins du monde. Pour en savoir plus: <http://www.carrotmob.org/>. Mélanie Notte

### Zoom sur... Jordi Xifra



*Jordi Xifra, membre correspondant du LASCO et professeur à l’Université Pompeu Fabra à Barcelone est intervenu le 8 avril au séminaire LASCO consacré à la communication d’influence, au lobbying et aux Think Tanks.*

*Après nous avoir présenté son parcours de recherche, il nous a brossé un tableau de ses observations plus récentes sur le lobbying en Europe en soulevant les concepts d’intérêt et de pouvoir.*

## En prévision

### Journée d'étude sur la communication interne



La journée du groupe de contact FNRS “La communication interne des organisations aujourd’hui: évolutions, crises et nouvelles approches” se déroulera le 20 mai prochain à Louvain-la-Neuve.



Plusieurs experts s’échangeront la parole sur diverses approches de la communication interne. En matinée, nous aurons le plaisir d’accueillir **Mary Welch** de la University of Central Lancashire. M. Welch consacre une grande partie de ses recherches à la communication interne ainsi qu’à la gestion des relations avec les parties prenantes. Elle nous présentera un exposé en anglais intitulé: “A Stakeholder Approach to Internal Communication”.

Dans le courant de l’après-midi, **Pierre de Saint-Georges** définira la communication interne dans ses diverses facettes: la communication organisationnelle, distincte de la communication stratégique et en ce qui concerne celle-ci, la communication opérationnelle et intégrative, distinctes de l’information interne. Il sera suivi de **François Lambotte** (FUCAM) qui interviendra sur l’audit de communication interne. Ensuite, **Marc David** (Université de Sherbrooke) examinera l’impact que les nouveaux enjeux engendrent sur la redéfinition du rôle des gestionnaires en communication dans l’élaboration de la stratégie de communication de l’organisation. Enfin, **Catherine Coyette** (mémorante à l’UCL) s’attardera sur la notion de confiance après une période de crise.

Nous accueillerons également des professionnels. **Eric Cobut** (Police fédérale belge) fera un exposé sur “La communication interne comme instrument et facilitateur du changement”. **Christine Donjean** (UCL, ABCI) nous révélera les résultats de l’enquête de l’ABCI sur la communication interne en Belgique. Enfin, **Thierry Bouckaert** (Akkanto, UCL) clôturera cette journée par un exposé sur la communication virale des valeurs en développant un exemple de la Loterie Nationale.

Modalités pratiques: Louvain-la-Neuve, 9h30-18h à l’UCL, salle D.144 (Place Montesquieu 3).  
Inscriptions obligatoires par mail: [andrea.catellani@uclouvain.be](mailto:andrea.catellani@uclouvain.be)  
Pour plus d’informations: <http://www.uclouvain.be/lasco.html>