

Jean-Marie Charpentier, Jacques Viers

Communiquer en entreprise. Retrouver du sens grâce à la sociologie, la psychologie, l'histoire...

Vuibert, 2019, 208 pages, 21,90 euros

Bonne nouvelle pour les salariés. Terminés, le journal interne brillant de mille sourires, le réseau social permettant soi-disant de pallier aux échanges réels, les notes descendantes qui consignent l'activité et les changements attendus. Si la communication interne se réinvente, c'est parce que l'heure est à la recherche d'échanges sur le travail, d'un exigeant management des coopérations, d'un parler-vrai qui ne masque ni les conflits, ni les difficultés, ni les potentialités.

Le livre a la légitimité des professionnels s'interrogeant sur leurs pratiques et donc sur la responsabilité de leur métier. Il résulte de nombreuses années de formations et de rencontres avec des universitaires en sciences sociales et de situations précises et réelles analysées, alors que l'univers managérial de l'entreprise est d'abord celui des sciences de gestion. Redécouvrir l'ergonomie, l'histoire, la psychologie du travail, la sociologie... : il y a ainsi de l'identité professionnelle qui émerge fortement de ces travaux, issus de l'association Afcj. Les communicants internes sont en effet utiles pour comprendre l'entreprise et ses dynamiques, pour

écouter et répondre aux salariés sur le besoin de reconnaissance, d'autonomie, de prévention santé, etc.

Il questionnera les acteurs de l'entreprise qui sont en interaction avec la « com' interne » et ils sont nombreux, sans compter que l'organisation dans sa totalité la reçoit et y participe. Car la com' n'est pas une technique, c'est un rôle dont l'ambiguïté même en fait la souplesse : valoriser des personnes et des livrables, leur faire prendre conscience de leur image et des messages qu'ils véhiculent, organiser les interactions et donc se positionner comme un rouage du management du travail, voire de la gouvernance. La communication doit en effet faire l'objet d'un pilotage, d'une stratégie, d'une mise en cohérence pour ne pas en rester à un déploiement d'outils, aussi puissants soient-ils. Un métier qui s'articule nous semble-t-il autour de trois exigences : savoir vulgariser pour transmettre, valoriser le rôle des acteurs, respecter la rigueur scientifique du sujet abordé.

Outre son aspect pratique et fonctionnel, déclinant en 9 situations le poids potentiel de

la com' interne, les travaux de J.-M. Charpentier et de J. Viers donnent des lettres de noblesse au « dialogue professionnel » dans des contextes différents : l'entreprise en réorganisation, le management de proximité, la centralité du salarié comme acteur avec les réseaux sociaux, la finalité de l'entreprise elle-même à l'heure de recherche de sa « raison d'être ». La communication sociale vient exercer un utile appui à la communication financière : elle nourrit la com' corporate, n'exagère pas comme le marketing puisqu'elle parle des hommes et du travail. On regrette ainsi que l'articulation avec le dialogue social demeure en creux. En somme, les fonctions supports peuvent avoir un rôle stratégique dans le management du travail puisant avec les sciences humaines une profondeur d'action inattendue.

L.T.

Cadres

UNE REVUE DEPUIS 1946
47-49, avenue Simon-Bolivar
75950 Paris CEDEX 19
01 56 41 55 00

Directeur de la publication
Laurent Mahieu (55 89)
laurent.mahieu@cadres.cfdt.fr

Rédacteur en chef
Laurent Tertrais (55 16)
laurent.tertrais@cadres.cfdt.fr

Comité d'orientation
Jean-Pierre Basilien, Catherine
Blanc, Isabelle Champion, Jean-Marie
Charpentier, Philippe Debruyne,
Dominique Desbois, Fabienne Doutaut,
Annette Jobert, Pascal Junghans, Francis
Kessler, François de Maigret, Ute
Meyenberg, Marieme N'Diaye, Thierry
Pech, Anne-Florence Quintin, Laurent
Quintreau, Richard Robert, François Silva,
Christian du Tertre, Gérard Wormser

Secrétariat
Anne Desnoyers (55 04)
anne.desnoyers@cadres.cfdt.fr

Relecture
Sophie Jan
sophie.jan@cadres.cfdt.fr

Webmestre
Yasmine Latch
yasmine.latch@cadres.cfdt.fr

Abonnement
Marie-France Roger (55 13)
marie-france.roger@cadres.cfdt.fr

Publicité
Caroline Aw (55 15)
caroline.aw@cadres.cfdt.fr

ISSN : 2555-5146. CPPAP : 0320 S 06420

Le directeur de la publication, Laurent Mahieu
Achevé d'imprimer sur les presses de l'imprimerie L'Artésienne à Liévin (62)

