



Groupe de travail

En partenariat avec



Sciences humaines & entreprises

FAKE NEWS, INFOBÉSITÉ, BAD BUZZ : quel avenir pour la fonction Communication ?

Paris - 23 mai, 20 juin et 2 juillet 2019



Animatrice scientifique :

Valérie CARAYOL

Professeure des universités en sciences de l'information et de la communication

Université Bordeaux Montaigne

Entre défiance des citoyens vis-à-vis des entreprises, diffusion de fake news, risques réputationnels, infobésité, discrédit de la pa-

role publique... La communication est heurtée de plein fouet par la révolution numérique, qui a fait émerger une multitude d'acteurs, professionnels ou non. Si l'instantanéité des outils collaboratifs rend l'information bien plus diffuse, rapidement accessible et horizontalement partagée, elle accroît également les risques notamment en matière d'image, de réputation, et donc de performance.

Or si tous les collaborateurs sont des « communicants »

en puissance, il revient à la direction de la communication de les outiller pour agir efficacement. Dès lors, comment repenser le rôle de la dircom : chef d'orchestre des productions, coach en communication, garant de la conformité des messages... ? Où placer le curseur entre excès de contrôle et multiplication des prises de parole ?

Dans le même temps, pour lutter contre la surcharge informationnelle, l'entreprise doit constamment inventer de nouveaux moyens de communiquer avec des destinataires aux injonctions de plus en plus contradictoires : exigence de transparence et d'exhaustivité d'un côté, et appétence pour des contenus rapidement consommables de l'autre. Sur quelles pratiques s'appuyer pour se démarquer et gagner en visibilité (outils, canaux, formats, sources...) ?

Objectifs

- Dresser un bilan raisonné de la révolution numérique et de ses impacts sur les pratiques de communication des entreprises
- Éclairer le rôle de la direction communication en interne et en externe (business partner, vigie, chef d'orchestre, coach/conseil, apporteur d'idées...)
- Impliquer (ou non) les parties prenantes dans la prise de parole sur les réseaux sociaux

Avec les témoignages de :



Ouvert à tous les cadres d'entreprise, ce groupe de travail s'adresse en particulier aux directeurs et responsables communication, transformation digitale, affaires publiques, accompagnement du changement, risques, ainsi qu'aux managers.

23 mai 2019
14h-17h30

Valérie LESELBAUM-STEPLER

Directrice Relations Médias, Influence
& Réputation

AXA France

Marie-Christine FONTAINE

Reputation & Influence Manager

AXA France

Valérie CARAYOL

Professeure des Universités

Université Bordeaux Montaigne

Communiquer à l'ère du numérique : s'adapter aux usages et prévenir les dérives

Les outils numériques permettent à de nouvelles parties prenantes – plus seulement professionnelles – d'interpeller directement et immédiatement les entreprises, de diffuser leurs messages, mais aussi de leur demander de rendre des comptes. Avec des conséquences qui peuvent être extrêmement préjudiciables : diffusion de fake news, amplification des phénomènes de crise et des incivilités, bad buzz...

Comment les entreprises peuvent-elles se prémunir de ces écueils ? Quelles compétences et quelles attitudes développer pour prévenir les risques ? Jusqu'où le diktat de l'instantanéité bouleverse-t-il la gestion des temps de communication ?

20 juin 2019
9h30-13h

Cécile GUILLAUME

Professeure affiliée

Sciences Po Executive Education

Jean-Yves LAROUCHE

Directeur de la Communication

GROUPE VYV

Catherine JACQUET

Directrice

Deloitte Développement Durable

Administratrice de l'Afci

La communication : levier de réussite des transformations internes de l'entreprise ?

Avec la multiplication et l'accélération des processus de transformation, la direction de la communication intervient de plus en plus souvent en appui des managers, afin d'assurer la compréhension et l'acceptabilité de leurs projets. Pour la dircom, l'enjeu est double : valoriser et transmettre les compétences requises pour rendre les managers (plus) communicants, et garantir la cohérence des messages de l'entreprise.

Quels nouveaux rôles et quels outils favoriser pour stimuler la communication managériale et accompagner le changement ? Quelle articulation avec les autres directions (stratégie, RH, SI...) ? Comment développer un rôle de facilitateur et de coach interne ?

Comment communiquer mieux sans communiquer plus ?

2 juillet 2019
14h-17h30

Face à la multiplication des sources d'information, la défiance de certains publics vis-à-vis des entreprises et la diffusion d'infox, le risque de cacophonie oblige les professionnels de la communication à innover pour se faire entendre. Aussi, s'appuient-ils de plus en plus sur des personnes relais (salariés, fournisseurs, consommateurs...) dont la prise de parole permet de crédibiliser le message.

Comment encourager ces parties prenantes à prendre la parole sur les réseaux sociaux tout en contrôlant les risques ? Quels dispositifs innovants pour déplacer le terrain de la communication et gagner en efficacité ?

Valérie LÉPINE
Maître de conférences
Université Grenoble Alpes

Hugo COUSIN
Responsable digital
Groupe Avril

Laurent TURPAULT
Directeur de la Communication
et des Affaires Publiques
Coca-Cola France

Présentation des chercheurs



Valérie CARAYOL est Professeure des universités en Sciences de l'information et de la Communication à l'université Bordeaux Montaigne, où elle est responsable de l'équipe COS du laboratoire MICA (EA 4426). Elle consacre ses travaux à la communication organisationnelle et notamment aux questions de temporalités en lien avec les pratiques des TIC au travail. Elle co-pilote un programme de recherche sur les incivilités numériques Civilinum financé par la Région Nouvelle Aquitaine, avec Aurélie Laborde. Elle a publié en 2017 un ouvrage en c-écriture intitulé *La laisse électronique : les cadres débordés par les TIC* (Ed. MSHA).



Cécile GUILLAUME est sociologue, professeur affiliée à Sciences Po Executive Education et reader en relations professionnelles à l'Université de Roehampton (UK). Elle est membre du conseil d'administration de l'Institut de Recherches Économiques et Sociales (IRES) au titre des personnalités scientifiques. Elle enseigne à Sciences Po au sein du Master Sociologie de l'entreprise et stratégie de changement et du Master Communication.



Valérie LÉPINE est maître de conférences en Sciences de l'information et de la Communication à l'Université Grenoble-Alpes. Elle est responsable de la Licence Professionnelle Chef de projet Communication Visuelle et membre du Groupe de Recherches sur les Enjeux de la Communication (GRESEC)

Un groupe de travail en partenariat avec l'Afci



Forte de 900 adhérents, l'Afci fédère, forme et accompagne les acteurs de l'entreprise pour positionner la communication interne comme fonction stratégique. Créée en 1989, l'association célèbre en 2019 30 ans de développement de la communication dans les organisations.

De grandes entreprises et institutions de recherche ont fondé l'Anvie en 1990 sur une intuition simple : dans un monde traversé par de profondes mutations économiques, sociales et sociétales, les sciences humaines apportent aux entreprises un éclairage original sur les enjeux à l'œuvre.



Sur la base d'un travail de veille et d'analyse prospective, l'Anvie conçoit et propose des rencontres qui croisent apports de la recherche et témoignages d'entreprises et permettent aux participants de :

- Anticiper et prendre de la hauteur : ces événements proposent un temps de réflexion intense, efficace et précieux pour dépasser les effets de mode.
- S'inspirer et rencontrer : les participants nouent des contacts privilégiés avec d'autres professionnels engagés dans la transformation de leur entreprise.
- Progresser et diffuser : des enseignements et pistes d'action sont co-construits par les chercheurs, experts et participants.

Chaque année, environ 30 cycles de réunions mobilisent 100 chercheurs et 150 professionnels d'entreprises.

 Petit-déjeuner débat, rencontre, groupe de travail, club... Différents formats sont utilisés en fonction de degré d'implication des participants requis par le sujet.

  L'Anvie organise également des formats sur mesure à la demande d'une entreprise.

Les entreprises adhérentes

**GROUPE
RENAULT**



BANQUE DE FRANCE
EUROSISTÈME



SOCIETE
GENERALE



FÉDÉRATION NATIONALE
DU CRÉDIT AGRICOLE



assureur militant



Informations et inscriptions :

Didier Davillars - didier.davillars@anvie.fr

Tél : 01 42 86 68 92 - Fax : 01 42 86 58 90 - www.anvie.fr