



LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

BIEN COMMUNIQUER AUJOURD'HUI : L'APPORT INDISPENSABLE DES SCIENCES SOCIALES

Jeudis 18 janvier, 8 février, 15 mars 2018
(Cursus de 3 jours indissociables)

Les communicants ont besoin de renforcer les liens entre savoirs fondamentaux et pratiques pour appréhender les transformations dans les entreprises, accompagner les projets et créer du lien social. Les sciences sociales nous aident à mieux comprendre les situations et les acteurs, à interroger nos pratiques et à agir de façon plus pertinente.

Ce cycle de formation permet aux participants :

- d'acquérir ou réactiver des connaissances utiles pour mieux comprendre les situations professionnelles,
- de se confronter à d'autres modes de pensée et interrogations permettant de trouver des repères pour l'action,
- de participer à des échanges constructifs entre professionnels.

Une formation de 3 jours, répartie sur 3 mois, abordant des thématiques au cœur des enjeux actuels des entreprises :

- les transformations au sein de l'entreprise et les évolutions sociales,
- les enjeux du numérique
- le rôle et l'apport de la communication dans le travail au quotidien, l'implication du management de proximité dans la communication,
- le digital et ses implications dans le travail et la communication
- la place de l'individu au travail.

A qui s'adresse cette formation ?

- Les directeurs de la communication,
- les directeurs et responsables de la communication interne,
- les directeurs et responsables des ressources humaines,
- les consultants.

Les atouts de cette formation :

- Des apports provenant de la sociologie, de la psycho-sociologie, de l'ergonomie, des sciences de l'information et de la communication, des sciences de gestion...
- des interventions d'universitaires et chercheurs de haut niveau, ayant une bonne connaissance du monde de l'entreprise, et faisant bénéficier des dernières recherches en sciences sociales,
- les apports de grands témoins d'entreprises (directeurs de la communication et/ou des ressources humaines, directeurs des relations sociales),
- une co-animation par deux professionnels favorisant les relations entre savoirs et pratiques, ainsi que les échanges au sein du groupe (20 personnes maximum).
- la remise de synthèses des interventions et de supports de référence (articles, bibliographies) pour creuser les sujets abordés.

PROGRAMME

1ÈRE JOURNÉE – Jeudi 18 janvier 2018 / 9h-18h (accueil-café à 8h45) :

Comprendre les transformations de l'entreprise

9h « **Les évolutions des organisations et des mondes sociaux** »
Chaque entreprise est un « monde social » avec son histoire, son fonctionnement, sa vision de l'avenir. Élément essentiel pour les communicants : décoder la culture de son entreprise.
Intervention de Cécile Guillaume, sociologue, chercheuse au Centre lillois d'études et de recherches sociologiques et économiques (CLERSE, Lille 1).

12h30 Déjeuner sur place

Travailler et communiquer

14h « **Voyage au cœur du travail et de l'activité** »
Le travail est devenu un espace de communication de première importance. « On ne peut plus travailler sans communiquer ». La spécificité du travail tient à la capacité à agir dans un monde qui n'est pas connu d'avance.
Intervention de François Hubault, ergonomiste, directeur du département Ergonomie et écologie humaine à l'Université Paris 1.

17h30-18h Conclusion et fin de la journée

Grand témoin : Loïc Hilaire, ancien DRH de la SNCF, consultant de People to people

2ÈME JOURNÉE - jeudi 8 février 2018 / 9h-18h (accueil-café à 8h45) :

Situer la communication au cœur des changements

9h00 « **Communication et organisation du travail** »
Quand l'organisation contribue à façonner les modes de communication dans l'entreprise. Retour sur l'histoire de la communication en entreprise.
Intervention de Vincent Bruilois, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13.

12h30 Déjeuner sur place

Penser le numérique

14h « **Algorithmes, big data : ce que le numérique transforme dans les conduites** »
La « transformation digitale » est en cours. Au-delà de l'invention technique qu'est-ce qui se joue du côté des usages et de l'expérience
Intervention de Dominique Cardon, sociologue et professeur à Sciences Po/Medialab,

17h30-18h Conclusion et fin de la journée

Grand Témoin : Ingrid Maillard, directrice de la Communication de Dpd, présidente de l'Afci

3ÈME JOURNÉE - jeudi 15 mars 2018 / 9h-18h (accueil-café à 8h45) :

Identifier le rôle du management dans la communication de proximité

9h « **Créer des espaces de discussion dans le travail** »

Comment mettre le manager au centre du travail dans un dialogue permanent avec les équipes.

Intervention de Mathieu Detchessahar, professeur en sciences de gestion à l'Université de Nantes.

12h30 Déjeuner sur place

Comprendre les enjeux du sens et de l'imaginaire en entreprise

14h « **L'individu au travail, une question de sens** »

Comment le salarié essaie d'assurer un « continuum de sens » afin de « se reconnaître » et d'« être reconnu ».

Intervention de Florence Giust-Desprairies, professeur en psychosociologie à l'Université Paris 7.

17h30 Conclusion et fin de la journée

Grand témoin : Bernard Lassus, directeur du Programme Linky d'Enedis

Deux animateurs pour cette formation

Jean-Marie Charpentier

Docteur en sciences de l'information et de la communication. Après un parcours professionnel de responsable communication, puis de responsable de l'observation sociale d'une grande entreprise, il est aujourd'hui consultant. Il a co-écrit l'ouvrage *Refonder la communication en entreprise*, Éditions FYP. Il est administrateur de l'Afci.

Jacques Viers

Docteur en droit, diplômé de Sciences Po (Executive master Sociologie de l'entreprise et stratégie de changement). Après une carrière de cadre au sein d'une grande entreprise, Jacques Viers est aujourd'hui administrateur de l'Association des professionnels en sociologie de l'entreprise (APSE) et membre actif de l'Afci.

Cette formation peut être complétée par la participation à un groupe d'analyse de pratiques. Ce dispositif permet à des professionnels de prendre du recul sur leur pratique. Comportant 4 séances d'une demi-journée, organisées sur 4 à 6 mois, il est encadré par une intervenante, sociologue ou psychosociologue.