



# Histoire, management et communication

**DATE :**  
**10 mars 2020**

**TARIFS :**  
pages 32/33

L'histoire et le management sont de puissants leviers de communication. Le besoin d'histoire croît à la mesure des transformations des entreprises et des métiers. On a besoin de mise en perspective. Retrouver la trace d'une entreprise n'est pas qu'affaire de célébration anniversaire. C'est chercher à comprendre plus profondément ce qu'a été le chemin à la fois économique et social. Quant au management, il a plus que jamais devant lui un enjeu de communication, et cela au plus près du travail. C'est une affaire d'autorité, de subsidiarité et de proximité qui se joue dans le management du travail.



**Grand témoin : Jean Rancoule**, directeur du pôle réseaux internes de Safran.

## Travailler sur la mémoire, le patrimoine et l'histoire de l'entreprise

**9h**

### Place de l'histoire dans l'entreprise : les dilemmes du communicant

L'histoire tient un rôle souvent méconnu en communication. Or, la culture de l'entreprise qui a un rôle clé en communication ne se comprend bien qu'en rapport avec le patrimoine, la mémoire et l'histoire.



**Julien Tassel**, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au CELSA, coordinateur du numéro de la revue *Sociologies pratiques* « Histoire, mémoire et passé des organisations.

**12h30**

Déjeuner

## Comprendre les défis des managers : autorité, subsidiarité et proximité

**14h**

### Place de la parole et de la communication dans le management du travail

Le management et la communication ont ou devraient avoir partie liée. Comment mettre les managers au centre du travail dans un dialogue permanent avec les équipes ?



**Mathieu Detchessahar**, professeur en sciences de gestion à l'Université de Nantes, auteur de *L'entreprise délibérée Refonder le management par le dialogue*, Nouvelle cité.

**17h30-18h**

Conclusion et fin de la journée