

Prix du Livre 2026 - L'Afci récompense *Le mépris - Emotion collective, passion politique* de François Dubet

Paris, le 25 septembre 2026 - L'Association française de référence en communication interne débute sa 38^e saison avec la remise du Prix du Livre 2026. Le jury a choisi de primer l'ouvrage de François Dubet, intitulé *Le mépris – Emotion collective, passion politique*, de la collection *La république des idées*, publié aux éditions du Seuil, parmi les six présélectionnés. En distinguant cette production, le jury salue un livre traitant d'un sujet très actuel et profond, tout en étant salué pour sa clarté, et particulièrement activable pour la communication interne. Une soirée riche d'échanges éclairants entre l'auteur, le jury et le public, et l'occasion pour l'Afci de revenir sur les enjeux actuels et les perspectives de la communication interne.



© Vincent Colin

*Le Prix Afci du Livre 2026 est décerné à François Dubet pour son ouvrage
Le mépris- Emotion collective, passion politique, publié au Seuil.*

En primant le dernier ouvrage de François Dubet¹, le jury souligne la force d'un sujet majeur et d'une forte actualité, qui éclaire à la fois les tensions sociales, politiques et organisationnelles. Le livre, écrit par « *l'un des plus grands sociologues contemporains* » et « *pourtant accessible au plus grand*

¹ Sociologue reconnu, François Dubet a orienté depuis une trentaine d'années ses recherches sur les mouvements sociaux, la ville, l'école et plus largement les institutions. A travers ses travaux, il montre notamment comment les structures traditionnelles (école, hôpital, travail social) ont perdu leur autorité naturelle pour reposer sur la conviction et l'épreuve des publics. Son idée principale (et héritée de la sociologie d'Alain Touraine), est le démantèlement de la figure institutionnelle. Pour lui, nous sommes entrés dans la modernité tardive, long processus socio-historique promoteur de la figure subjective et responsable de la déconstruction de l'institution. Alors que cette dernière pouvait autrefois être considérée comme un ensemble stable et harmonieux de principes et de valeurs sociales invétérées, elle a aujourd'hui perdu sa cohérence tout autant que sa propension à « mettre aux normes » les conduites sociales. François Dubet a notamment exporté ce paradigme dans ses travaux sur l'école ou plus récemment sur la question des injustices au travail.

nombre », réussit la gageure d'être concis malgré une solidité sociologique avérée. « *L'auteur décortique le concept à la lumière de l'actualité récente. C'est tout l'intérêt de l'ouvrage dans une période électorale* », résume ainsi Jacques Viers.

L'ouvrage donne ainsi des clés précieuses pour penser la reconnaissance, la considération, les effets des discours, les postures managériales et la manière dont certains messages peuvent être perçus comme dédaigneux voire méprisants. Pour Julien Hallais, « *il permet en effet de regarder autrement son activité et d'intégrer les effets possibles de certains discours ou certaines postures* ». De quoi nourrir les réflexions les plus actuelles des professionnel(le)s : c'est « *un livre qui à coup sûr rejoindra beaucoup de questions des communicants sur le thème de la reconnaissance, de la valorisation comme remparts au mépris* » insiste Delphine Martelli-Banégas, et qui « *vient aussi interroger nos postures individuelles et institutionnelles, nos politiques RH, discours et pratiques de management* » renchérit Céline Vennin Gaiffier.

Autant de matière à réfléchir pour les communicant(e)s internes venu(e)s découvrir le lauréat du 17^e Prix Afcï du Livre de ce millésime 2026. Christine Donjean va jusqu'à en faire une lecture de référence : « *je le recommanderais sans hésiter car c'est un livre qui permet de comprendre pourquoi certains discours échouent, pourquoi des campagnes sont perçues comme condescendantes et pourquoi la question de la reconnaissance est devenue aussi importante que celle de l'information (...) François Dubet montre que certaines formulations déclenchent immédiatement une lecture de domination symbolique. Cela concerne les entreprises autant que les institutions publiques. (...) Son analyse dessine une véritable grille de lecture qui met en évidence pourquoi les organisations perdent parfois leur crédibilité malgré des messages techniquement impeccables* ». Un avis que partage Judith Matharan : « *il y a là des moyens de penser et de faire évoluer des pratiques de communication vers plus de considération et de respect de chacun* ».



De gauche à droite : Eva Ponçot, Céline Vennin Gaiffier, Vincent Brulois, Judith Matharan, Julien Hallais, Jean-Marie Charpentier (tous membres du jury du Prix Afcï du Livre 2026), François Dubet (Lauréat du Prix Afcï du Livre 2026) et Delphine Martelli-Banégas (Présidente du jury).

Le jury de cette 17^e édition du Prix Afcï du Livre :

Présidente : Delphine Martelli-Banégas, Directrice du département Corporate de Toluna – Harris Interactive ; **Membres du jury : Vincent Brulois**, Chercheur au LabSIC, Responsable du Master Communication et RH à l'université Sorbonne Paris Nord, Administrateur de l'Afcï ; **Jean-Marie Charpentier**, Conseiller en communication chez Etudes Communication et Social, Administrateur de l'Afcï ; **Christine Donjean**, Consultante en communication, Fondatrice et administratrice de Place

Ô Arts asbl Namur, ex-Présidente de l'ABCi (Association Belge de Communication interne) ; **Julien Hallais**, Responsable projets transformation à l' Urssaf Caisse nationale, Co-président de l'Afci ; **Catherine Jacquet**, Directrice de projets Management Leadership RSE chez Cegos ; **Judith Matharan**, Directrice Communication interne et accompagnement du changement ; **Eva Ponçot**, Responsable communication interne à l'Andra ; **Céline Vennin Gaiffier**, Adjointe au DRH en charge de l'innovation managériale et de la performance RH au CEA ; **Jacques Viers**, Administrateur de l'APSE (Association pour la Sociologie de l'Entreprise).

Mutations majeures : les Administrateur(rice)s de l'Afci structurent ses actions pour confirmer son rôle de voix active de la communication interne

Entre crises politiques, tensions économiques et écologiques, et accélération technologique portée par l'intelligence artificielle – notamment générative – les organisations traversent une période inédite de remise en question. Au cœur de ces transformations, la communication interne n'a jamais été aussi stratégique : c'est elle qui anime les collectifs, qui embarque les collaborateurs vers de nouveaux caps et qui incarne, au quotidien, le vivre-ensemble au sein des structures.

Forte de ce constat, l'Afci œuvre pour faire de cette fonction un véritable levier de performance économique et sociale, bien plus qu'un simple service support. Un métier à part entière au service duquel l'Afci multiplie les initiatives concrètes : référentiel et récits de métier, prochaine série de podcasts sur les parcours de communicant(e)s, Web TV [Fais La Diff !](#), travaux sur les indicateurs permettant de prouver l'impact concret de la communication interne, chiffres à l'appui, publication d'un [guide pratique](#) pour utiliser l'art et la culture comme leviers de la communication interne.

Et parce que la communication interne concerne toutes les organisations, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, l'association renforcera en 2026-2027 son maillage territorial *via* des réseaux locaux à Lyon, Lille, Grenoble, Bordeaux et même en Grande Région (ensemble transfrontalier associant des territoires limitrophes allemands, belges, luxembourgeois et lorrains). En parallèle, le développement de partenariats avec des acteurs locaux, nationaux et internationaux s'intègre ainsi dans la stratégie de l'Afci pour une meilleure visibilité et davantage de reconnaissance du métier et de celles et ceux qui l'exercent.

Pour en savoir plus sur le programme d'actions planifiées lors de son Conseil d'Administration qui s'est tenu ce 29 septembre, l'association ouvre volontiers ses portes aux médias et à toute personne souhaitant en connaître davantage sur la communication interne.

À propos de l'Afci

Créée en 1989, l'Afci est l'association française de référence en communication interne. Elle regroupe 750 membres issus de plus de 400 structures, de tous les secteurs d'activité et répartis dans toute la France. Son ambition est double :

- renforcer la place de la communication interne dans les organisations et les pratiques de management ;
- accompagner les évolutions de la communication interne pour en faire une fonction stratégique au service de la performance économique et sociale des entreprises.

Pour y parvenir, l'Afci offre à ses membres - professionnels de la communication dans des entreprises publiques et privées, consultants et universitaires - un espace d'ouverture et de partage d'expériences, de développement de ses connaissances et de ses compétences. Lieu de rencontres privilégiées et organisme de formation certifié, l'Afci s'est donné trois missions : professionnaliser, échanger, rayonner.

Pour en savoir plus : www.afci.asso.fr, où vous pourrez notamment découvrir les productions et tous les événements organisés par l'Afci dans [la rubrique agenda](#), ainsi que les [sessions de formations](#) déjà programmées et ouvertes à tout(te)s.

Contact Presse :

Valentin Hueber, Délégué Général de l'Afci - vhueber@afci.asso.fr - +33 (0)6 63 06 92 26