



Communication et organisation

2 | 1992

Structure et communication

L'Entreprise sous Presse. Le journal d'entreprise stratégie et méthodes de Yves Agnès et Michel Durier

Dominique Blin



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1609>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1609

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1992

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Dominique Blin, « *L'Entreprise sous Presse. Le journal d'entreprise stratégie et méthodes* de Yves Agnès et Michel Durier », *Communication et organisation* [En ligne], 2 | 1992, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1609> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1609

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

L'Entreprise sous Presse. Le journal d'entreprise stratégie et méthodes de Yves Agnès et Michel Durier

Dominique Blin

- 1 Quel intérêt peut-on trouver à parler encore du plus répandu et souvent du plus ancien moyen de communication dans l'entreprise ? On constate fréquemment une extrême faiblesse des taux de lecture. La formule du journal interne serait usée jusqu'à la corde. Les nouvelles technologies auraient déjà supplanté l'écrit.
- 2 Pourtant Yves Agnès et Michel Durier n'ont pas perdu la tête. Et s'ils partent du constat d'échec quasi général de la presse d'entreprise, pour nous proposer de la développer plus que jamais, c'est que pour eux cet échec est souvent celui de l'ensemble de la communication interne. Autant dire que le propos ne pêche ni par étroitesse ni par légèreté. Nos deux auteurs veulent bien croire aux vertus de la communication à condition que l'on procède à une véritable refonte.
- 3 L'ouvrage n'est pas construit comme un essai. Il est composé d'une série de compartiments que Ton peut visiter à des moments espacés et dans un ordre indifférent. Mais les accents de la démonstration dominent largement et on y trouve la défense d'une série de principes considérés comme élémentaires, tellement élémentaires qu'ils ont été souvent oubliés ou négligés.
- 4 Les auteurs insistent d'abord sur le fait que l'entreprise ne peut pas être comparée à l'Etat ni à la Nation et ne doit pas se substituer aux grandes institutions morales comme les syndicats, les parus politiques, les Eglises, etc.
- 5 Simple remise en place qu'ils estiment nécessaire à l'heure de la toute puissance économique et de la perte des principaux repères.
- 6 Ils tiennent ensuite à replacer la communication dans le cadre d'une politique de management. A condition qu'il s'agisse d'un management courageux et honnête. Ils pensent qu'il est possible de faire coïncider un degré supérieur d'organisation et d'efficacité avec l'exigence du dialogue.

- 7 Enfin, partant de la différence entre information et communication, ils prônent le retour à l'échange, à l'interaction, à l'écoute.
- 8 On aura compris que ce livre est bien plus qu'un manuel pratique. En ayant le courage de rappeler les « évidences » ces auteurs font presque figure d'utopistes. Comme si nous en étions toujours à la préhistoire de la communication.