Thierry LIBAERT, Jean-Marie PIERLOT, *Les Nouvelles Luttres sociales et environnementales. Notre-Dame-des-Landes, droit au logement, gaz de schiste, expérimentation animale...*

Paris, Vuibert, coll. Signature, 2015, 224 pages

François Allard-Huver

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10655>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.10655

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2016

Pagination : 483-485

ISBN : 9782814302839

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

François Allard-Huver, « Thierry LIBAERT, Jean-Marie PIERLOT, *Les Nouvelles Luttres sociales et environnementales. Notre-Dame-des-Landes, droit au logement, gaz de schiste, expérimentation animale...* », *Questions de communication* [En ligne], 29 | 2016, mis en ligne le 30 juin 2016, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10655> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10655>

La partie suivante (pp. 141-210) montre l'extension de la formule qui devient « le "cadre référentiel" de la mémoire de la Shoah » (pp. 145-178) dans la période 1995-2005. Les travaux de Serge Klarsfeld, les procès Barbie, Touvier, Papon, pour crimes contre l'humanité, mettent sur le devant de la scène la pratique testimoniale, orale et littéraire, indispensable à la manifestation de la vérité. Légitimant la place du témoin, de nombreuses publications dont un livre d'entretien, *Le Devoir de mémoire* de Primo Levi (trad. de l'italien par J. Gayraud, Paris, Éd. Mille et Une Nuits, 1995), illustrent la cristallisation de la formule dans l'espace public.

En bon enquêteur, l'auteur a découvert que la formule faussement rattachée à Primo Levi, incarnation du témoin d'Auschwitz, intègre, fiable et rigoureux, était due à l'éditeur, sans doute, lui en plein air du temps et sensible à ce qui toucherait le lectorat.

Implicitement, *devoir de mémoire* a donc à voir avec la vérité par opposition aux faux témoignages et au négationnisme ; vérité assumée par le discours du 16 juillet 1995 du président Jacques Chirac qui réussit à rassembler France résistante et des Justes, France complice de l'occupant, et notion de réparation. La création de la Mission Mattéoli (1997), chargée d'évaluer la spoliation de biens des Juifs sous l'Occupation, est placée sous l'égide symbolique du « devoir de mémoire » (p. 175). Parallèlement, la formule sort du cadre référentiel exclusif de la Shoah ; dans la même logique « compassionnelle (exclusion/souffrance/écoute) » (p. 181), elle concerne la souffrance des résistants déportés. On assistera aussi à sa mobilisation pour « la reconnaissance des mémoires postcoloniales » – guerre d'Algérie, traite négrière, esclavage (pp. 185-194) –, reconnaissance donnant lieu (1998-2005) au vote des lois de reconnaissance (pp. 195-210).

Après cette période glorieuse, de 2000 à nos jours, la formule suit deux lignes opposées étudiées dans la quatrième partie (pp. 211-251). L'une déclinante activée par les critiques des spécialistes – Tzvetan Todorov, Henry Rousso – évoquant les « abus de la mémoire » (pp. 215-218) et par l'émergence des notions de « devoir d'histoire » (Antoine Prost, pp. 228-222) ou de travail de mémoire (Paul Ricoeur, pp. 222-227), et l'autre touchant par « dissémination » (Jacques Derrida, p. 243) des activités associatives diversifiées – blogs généalogiques, défense du patrimoine d'un village –, et même la revendication du droit à l'oubli.

Ainsi, avec cette analyse brillante, plurielle et transversale de l'histoire du « devoir de mémoire », Sébastien Ledoux ouvre-t-il des pistes de réflexion transdisciplinaires sur notre rapport au passé, sa présence dans notre présent et la plasticité de la mémoire. L'ouvrage peut aussi se lire comme le récit d'un long travail de deuil toujours en cours, d'un dialogue mélancolique avec les disparus, une autre manière de dire : « Regarde, ce sont des *revenants* ; tout ce qu'on a perdu revient » (Sigmund Freud, *L'Interprétation des rêves*, trad. de l'allemand par I. Meyerson, Paris, Presses universitaires de France, 2003 [1900], p. 510).

Corinne Benestroff

Littératures, Histories, Esthétique, université Paris 8,
F-93526
benestroff.c@orange.fr

Thierry LIBAERT, Jean-Marie PIERLOT, *Les Nouvelles Luites sociales et environnementales. Notre-Dame-des-Landes, droit au logement, gaz de schiste, expérimentation animale...*
Paris, Vuibert, coll. Signature, 2015, 224 pages

L'ouvrage de Thierry Libaert et Jean-Marie Pierlot s'annonce comme un manuel de combat à l'usage de tous ceux qui souhaitent s'engager dans une stratégie de résistance et de lutte sur des sujets environnementaux, sanitaires, alimentaires ou bien contre des projets d'implantations (centrales électriques, zones d'expérimentation, sites de stockage de déchets nucléaires, etc.). En s'appuyant sur des exemples anciens et récents, de la résistance au plateau du Larzac aux campagnes contre l'huile de palme en passant par la pression sur Nike et ses sous-traitants, les luttes sociales et environnementales sont analysées sous un angle original qui mêle le regard d'un universitaire à celui d'un acteur engagé, tous deux spécialistes des questions de communication, des relations publiques mais aussi de la communication sur des sujets sensibles. Dès les premières pages de l'ouvrage, les auteurs cherchent à démontrer le bien-fondé, la nécessité, voire le caractère incontournable de la communication pour les associations. Ces dernières sont souvent réticentes à « communiquer », ce qui revient, pour elles, à employer les outils et les armes de ceux qu'elles combattent. L'un des enjeux du livre est alors de « prendre la communication au sérieux et non comme un simple outil supplémentaire » (p. 8), de restaurer en quelque sorte son image auprès de publics associatifs et non gouvernementaux afin de leur permettre de lutter à armes égales pour la défense des intérêts qui leur paraissent dignes.

D'abord, les auteurs présentent les différents enjeux théoriques que soulève la « communication de combat » (pp. 11-70). Cette partie montre le caractère agonistique des relations publiques : « Loin de l'approche dominante qui fait de la communication le lieu du consensus qui réconcilierait tous les publics, nous prôtons une conception militante, conflictuelle et constructive » (p. 13). Bien que relativement courte, elle a le mérite de proposer une catégorisation des registres de la communication de combat, ses objectifs et caractéristiques, et deux points particuliers sur la communication contre les projets d'implantation d'ouvrages (centrales, usines, etc.) et à risque. Ainsi les enjeux spécifiques d'une stratégie qui s'opposerait à un projet d'implantation sont-ils détaillés et complétés par des principes allant du plus simple en termes de communication (connaissance du dossier, préparation des discours ou encore éléments de langages) au plus complexe, par exemple la mise en place de mécanismes de veille et d'analyse de la communication adverse – c'est-à-dire la stratégie de celui qui souhaite implanter sa centrale nucléaire ou son aéroport. L'analyse des ressorts de la communication sur des projets sensibles présente également certaines stratégies adverses comme le retournement de la perspective : « Les entreprises [...] n'hésitent pas à endosser la posture de David se battant contre le Goliath des ONG [organisations non gouvernementales] » (p. 55). On regrette que cette première partie n'approfondisse pas les enjeux théoriques que pourrait soulever la formalisation d'une recherche sur la communication de combat, ce qui aurait sans doute donné une autre perspective à l'ensemble.

Dans la partie suivante (pp. 73-144), les auteurs s'attellent à décrire précisément les mécanismes et stratégies accessibles aux associations pour s'engager dans un processus de lutte qui peut parfois prendre des années et ne doit pas s'épuiser face à des acteurs ayant des moyens considérablement plus importants. Ainsi son premier chapitre (pp. 73-102) décrit de manière simple et opérationnelle la méthodologie d'une stratégie de communication « standard » qui pourrait s'appliquer à des luttes, tout en cherchant à expliquer, rationaliser et, surtout, valoriser une telle stratégie. En s'appuyant sur des exemples toujours variés, Thierry Libaert et Jean-Marie Pierlot illustrent les fondamentaux du plan de communication, ses outils et ses limites. Ainsi peut-on observer la professionnalisation de la communication du Fonds mondial pour la nature (WWF) et de son CODE de communication (« Compétent, Optimiste, Déterminé et Engageant », p. 84) ou encore la force d'un argumentaire et d'une symbolique clairement identifiés

par les médias comme celui des Femmes qui protestent « *topless* » (p. 89). Cette partie intéressante expose des stratégies qui sortent parfois des sentiers battus de la communication traditionnelle, telles la grève de la faim ou l'immolation (pp. 135-136) sans bien sûr enjoindre les lecteurs à ces extrémités. Cependant, le florilège d'exemples invite parfois à regretter que le propos n'explore pas plus en détails les différentes stratégies, leurs limites et leurs retombées effectives.

Enfin, la dernière partie du livre constitue l'un des points forts du propos (pp. 147-214). Elle se divise en deux sections, l'une consacrée à l'analyse de cas emblématiques des luttes sociales, environnementales ou contre des projets d'implantation (pp. 147-200), l'autre regroupant des entretiens avec des acteurs majeurs et engagés depuis longtemps dans la communication de combat (pp. 201-214). Ainsi la première s'annonce-t-elle comme une exploration des « coulisses » des dix « fronts de lutte » parmi lesquels on compte le Larzac, l'obsolescence programmée, les sous-traitants de Nike, l'huile de palme ou bien encore le droit au logement. Ces analyses de cas présentent toujours la même structure : thème, enjeux, historique et analyse de la communication. Ces analyses permettent de mettre en perspective les stratégies exposées dans la partie précédente tout en prenant de la distance avec les « acteurs » engagés pour observer très précisément les points forts et faibles de ces communications. Le propos se fait très pointu et l'expertise des auteurs s'avère très utile. L'ouvrage propose donc des cas d'étude intéressants pour ceux qui souhaitent mobiliser ou faire passer des savoirs sur la communication de combat tandis que la seconde section regroupe les différents entretiens qu'ont conduits Thierry Libaert et Jean-Marie Pierlot avec des responsables associatifs (Bruno Genty de France nature environnement ou Michel Genet de Greenpeace Belgique), des hommes politiques (Jean-Paul Besset, député Europe Écologie-Les Verts, ou José Bové, député européen) sans oublier, bien sûr, des citoyens engagés (Julien Durand, porte-parole de l'Association citoyenne intercommunale des populations concernées par le projet d'aéroport – Acipa – de Notre-Dame-des-Landes). Ces témoignages apportent un éclairage unique sur les dossiers auxquels sont confrontés ces acteurs et leur permettent de dispenser des conseils « pratiques » sur les luttes à mener. On retrouve, par ailleurs certaines des thèses de l'ouvrage défendues cette fois-ci par les personnes interrogées telles la nécessité de disposer d'une large base de soutien local, la mise en visibilité d'un symbole qui permettra de cristalliser l'opinion autour de la thématique de la lutte ou une stratégie de communication qui permet la montée en généralité d'un problème, le faisant passer de son statut local à un statut national.

L'ouvrage est complété par de deux focus sur la communication de combat au cinéma (pp. 65-70) et dans la bande dessinée (pp. 141-144). Jouant le rôle d'interlude entre les parties, ces derniers offrent une vision différente et plus triviale des luttes et de leurs caractéristiques, mais surtout de leur inscription dans l'imaginaire collectif. On alterne entre des figures rendues célèbres grâce au cinéma comme Erin Brockovitch – avec Julia Roberts dans le rôle éponyme – ou d'autres icônes de la *pop culture* qui, à leur manière, incarnent des formes de résistance – Mafalda s'opposant à l'autorité parentale ou *V comme vendetta*, dénonciation dystopique des dérives autoritaires du régime de Margaret Thatcher. Ces focus fournissent une réflexion agréable et originale sur la prégnance des thématiques de la communication de combat ainsi qu'une proposition de supports alternatifs propres à porter un message de dénonciation disruptif qui puisse circuler facilement dans différents médias.

En conclusion, l'ouvrage s'avère un excellent manuel de communication sur les thématiques d'une communication agonistique. Si l'on peut regretter que le texte n'approfondisse pas plus certains questionnements théoriques qu'il soulève – ce que ses auteurs font dans d'autres travaux (Thierry Libaert, « La communication sur les sujets sensibles. Principes et méthodes », 2013, accès : <http://www.communication-sensible.com/articles/article266.php>, consulté le 10/05/16 ; Thierry Libaert, Pierre Bardon, *Le Lobbying*, Paris, Dunod, 2012) –, ce travail est richement documenté, très complet, original, voire parfois caustique, donnant à tous ceux qui cherchent à s'engager dans la lutte une méthodologie complète, réactive et efficace pour réussir à peu de frais à faire trembler les plus grands. Les *Nouvelles Luites sociales et environnementales* fournissent ainsi aux Davids modernes frondes et munitions pour affronter les Goliaths de la société de l'information.

François Allard-Huver

Gripic, École supérieure d'agriculture-Angers Loire,
F-49007

fr.allardhuver@gmail.com

Benoît MEYRONIN, dir., *La Génération Y, le manager et l'entreprise*

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble,
coll. Management et innovation, 2015, 203 pages

La Génération Y, le manager et l'entreprise est un ouvrage collectif qui regroupe aussi bien des contributions de scientifiques issues de différentes disciplines des sciences humaines et sociales que des interviews de

professionnels. Les chapitres s'appuient sur les travaux réalisés dans le cadre de la chaire Orange-Grenoble École de Management « *Digital Natives* », chaire d'enseignement et de recherche.

Dès l'introduction (pp. 7-12), Benoît Meyronin réfute ce que d'aucuns pourraient objecter à propos du thème de la génération Y comme objet uniquement professionnel ou effet de mode qui ne nécessite pas que la recherche académique s'y intéresse. Il propose plutôt de « mieux comprendre les usages et les représentations des jeunes générations pour ce qui touche au digital. Et d'anticiper, ainsi, les modes de management – et les formations au management – les mieux adaptés afin de tirer le meilleur parti des évolutions en cours dans l'optique de la transformation digitale des entreprises » (p. 9). Au-delà de la description de caractéristiques propres à cette génération – individualisme, interconnexion, impatience, inventivité (Benjamin Cheminade, blog *GénérationS*, accès : <http://www.generationy20.com/>) – et même si, selon Monique Dagnaud (*Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Presse de Sciences Po, 2013), il ne s'agit pas d'un groupe homogène, les auteurs s'interrogent sur l'influence des comportements de ces « Y », ou *digital natives* comme ils sont nommés dans le monde anglo-saxon (p. 10), sur les transformations des organisations et les évolutions des modes de management.

La particularité de l'ouvrage est son hétérogénéité, aussi bien dans les profils des rédacteurs que dans la variété des sujets et les manières de les traiter. Parmi les auteurs, on trouve des chercheurs issus de différentes disciplines scientifiques, sciences de l'information et de la communication, philosophie... et des professionnels – managers et directeurs des ressources humaines chez Orange, BNP Paribas... Les sujets traités touchent également un vaste champ : usage des objets numériques et dépendance affective (p. 29), modifications cognitives des générations Y dans le traitement de l'information (p. 75), insertion professionnelle liée aux usages du web (p. 93), retour d'expérience sur la réalisation d'un Mouk (*small private online courses*) avec les étudiants (p. 119)... mais également avis de professionnels sur les pratiques de ces *digital natives* dans les entreprises (p. 151) ou leur employabilité (p. 171). De même, certains articles apparaissent comme des présentations classiques d'une recherche-action (hypothèses, terrain, méthodologie, analyse, perspective) et d'autres s'apparentent plus à des retours d'expériences ou à des interviews. Le titre de l'ouvrage n'étant pas révélateur du contenu, chacun, en fonction de ses sujets de recherche, y trouvera un intérêt tant les