

Exemple de bibliographie annotée :

Fouquier, É. et Camel, E. (2010). La communication interne, nouveau «soft power». *L'Expansion Management Review*, 139(4), 114-122. <https://doi.org/10.3917/emr.139.0114>

Dans cet article, les auteurs expliquent, tout d'abord, pourquoi la fonction de communicant interne est passée d'une fonction mineure à une fonction stratégique : la mondialisation a entraîné une forte augmentation de la compétitivité et une chute du sentiment d'appartenance des salariés. Il explique ensuite comment cette fonction est utilisée pour parer aux effets de la mondialisation et à l'activité des concurrents et, plus concrètement, par quelles actions. Bien qu'ancien cet article est très pertinent pour analyser l'évolution de la fonction de communicant interne et de ses activités. Il s'agit d'une étude précurseur sur ce sujet.

Cézanne, C., Loufrani-Fedida, S., Luu, P., et Saglietto, L. (2020). L'influence de la communication interne d'entreprise sur l'engagement des salariés au travail : les apports de l'enquête réponse 2011. *Revue de Gestion Des Ressources Humaines*, 114(4), 31–51. <https://doi-org.em-lyon.idm.oclc.org/10.3917/grhu.114.0031>

Cet article explore l'influence de la communication interne d'entreprise, à travers ses pratiques de diffusion, consultation et participation, sur l'engagement des salariés au travail. Les auteurs se sont servis des données de l'enquête REPONSE 2010-2011 réalisée dans la période récente de crise économique et sociale. À partir d'un échantillon de 11 334 salariés de 3 642 établissements français du secteur marchand non agricole, leurs résultats montrent une influence positive de la communication interne d'entreprise sur l'engagement des salariés au travail, du point de vue de leur satisfaction au travail, comme du point de vue de leur adhésion aux objectifs de l'entreprise. Ils concluent que les pratiques participatives de communication interne sont des leviers du management de l'engagement des salariés au travail. Les auteurs recommandent aux dirigeants, DRH, responsables de la communication interne et managers, tout d'abord, d'adopter une communication interne participative et centrée sur les personnes ; ensuite, de renouveler la politique traditionnelle instrumentale de la communication interne en ne la pensant plus de manière isolée et suffisante mais systématiquement combinée à des pratiques interactionnistes et notamment participatives. Les arguments des auteurs de cet article sont tout à fait convaincants. Toutefois, il ne faut pas négliger les limites de cette étude : un secteur d'activité étudié, uniquement dans le cadre de certaines entreprises françaises et sur un échantillon de répondants.