

**1. La relation : monologue, dialogue ou dialogue de sourd****Atelier animé par le SYNAP et Syntec RP**

- Entre le droit qui peut donner raison et l'opinion qui peut donner tort, quel rôle pour la communication ?
- Entreprises / cibles : du monologue au dialogue
- De la communication à la relation / conversation
- L'entreprise a-t-elle encore le monopole de sa communication ? Les internautes parlent des marques qu'ils s'approprient sans l'accord de celles-ci.
- Conversation : menace ou opportunité ? Quelles modifications en profondeur de la relation ?
- Nouvelle place / relation de l'entreprise, et de sa responsabilité dans la société → pourquoi et comment cette relation est-elle devenue stratégique ?

**2. Diversité : L'entreprise à l'image de la société****Atelier animé par Communication Publique**

- Diversité au sens large : handicap, risques psychosociaux, homosexualité,...
- Unicité / diversité : comment une entreprise qui est « Une » peut-elle communiquer vers la diversité ? Comment parler de relation si on ne tient pas compte de cette diversité.
- 5 à 6 millions de personnes ne sont pas incluses dans les grands modèles de communication.
- L'entreprise doit tenir compte de la diversité, comment cela se traduit-il dans la communication ?
- Cette relation entraîne-t-elle une responsabilité ?

**3. Jusqu'où peut-on personnaliser la relation ?****Atelier animé par Club Net**

- La communication de masse ne marche plus, nous sommes passés à une co-construction
- Vers une communication de fidélisation ?
- Promouvoir une communication interactive à condition de tenir compte de la réaction de l'individu et de ses attentes
- Intérêts partagés ou à sens unique de l'entreprise et de ses cibles à personnaliser leur relation
- Cohabitation communication de masse / communication personnalisée
- Question de la géolocalisation ?
- Problèmes éthiques et juridiques

**4. Le silence a-t-il sa place dans la relation ?****Atelier animé par l'ANAé, l'ACIDD, l'UDA et l'AACC**

- Stratégie de la communication par le silence, jusqu'où ?
- L'infobésité et le silence : de l'absence d'info à la surinformation
- En communication de proximité, communique-t-on par le silence ?
- Aujourd'hui l'entreprise ne peut plus vivre cachée
- Les entreprises ont-elles intérêt à communiquer sur le développement durable ?
- Silence = absence de communication ou stratégie de communication ? quelques exemples politiques
- Surabondance de communication = pollution ?
- Après les émetteurs, les récepteurs prennent la parole
- L'exemple du Maghreb : la tyrannie prospère dans le silence... : la communication, rempart contre la tyrannie ?
- La communication, peut-on s'en passer (silence) ? Risques et opportunités.
- De la communication à la relation... (maîtrise des temps de parole...). La relation passe-t-elle uniquement par la parole ? ;-)

**5. Comment créer les nouvelles conditions de la confiance ?****Atelier animé par le Club des Annonceurs, Communication & Entreprise et IP&C**

- L'entreprise (et la société) peut-elle se passer des médias/de la presse ?
- Question de la confiance des publics ?
- La place de la communication dans la stratégie globale de l'entreprise
- Comment la communication peut contribuer au lien de confiance

*Partenaires du Campus : Palais d'Iéna, siège du Conseil économique, social et environnemental et Evenium*