

Chapitre 9	<b>Du bad buzz à la crise</b>	395
1	Les différentes formes de menaces.....	396
2	Avant la crise : mieux vaut prévenir que guérir.....	404
	<u>CASE STUDY</u> Dolce & Gabbana : comment se tirer une balle dans le pied en Chine.....	406
	<u>CASE STUDY</u> Findus, Spanghero et la viande de cheval.....	407
	<u>CASE STUDY</u> Cambridge Analytica la crise éthique et business de Facebook.....	410
	<u>CASE STUDY</u> United Airlines 3411 : une crise majeure en respectant les procédures.....	411
	<u>CASE STUDY</u> Le hijab chez Décathlon : le rôle clé du <i>community management</i> , à partir de Reputatio Lab.....	413
	<u>CASE STUDY</u> Crise – France Telecom : un P-DG exposé.....	414
3	Pendant la crise : gérer et anticiper les risques.....	415
	<u>CASE STUDY</u> Le Coronavirus ou Covid-19 : 2020 une crise inédite et mondiale.....	417
	<u>CASE STUDY</u> Suez : Face à la crise, anticiper ! De la <i>Social Room</i> à la <i>War Room</i> .....	419
	<u>CASE STUDY</u> Samsung : Ostrich #DoWhatYouCant (2017)....	421
	<u>CASE STUDY</u> Lubrizol : la communication de crise à l'ère du soupçon généralisé, à partir du Blog du communicant.....	422
	<u>CASE STUDY</u> Désinformation : les élections américaines en ligne de mire, à partir du blog Superception animé par Christophe Lachnitt.....	424
	<u>CASE STUDY</u> La Société Générale : la communication interne dans l'« affaire Kerviel ».....	426
	<u>CASE STUDY</u> Orange et le technicien dragueur.....	427
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Nicolas Vanderbiest.....	428
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Éric Giully.....	432
	À retenir.....	433
Chapitre 10	<b>Du parrainage à la communication responsable</b>	435
1	Sponsoring ou mécénat : un choix stratégique.....	436
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Thierry Wellhoff.....	440
	<u>CASE STUDY</u> Art et développement durable : des terrains d'engagement essentiels et fertiles pour les Galeries Lafayette.....	443
	<u>CASE STUDY</u> Edenred et la Route du Rhum : comment faire beaucoup... avec peu !.....	450
2	Le sponsoring : un outil puissant et efficace.....	460

	<u>CASE STUDY</u>	Les partenariats sportifs de la RATP : une démarche à 360°.....	463
	<u>CASE STUDY</u>	Sponsors, les Français vous adorent ! .....	471
3		<b>Le mécénat : un engagement citoyen.....</b>	<b>472</b>
	<u>CASE STUDY</u>	Ibis, Mercure, Sofitel, Novotel : quand le parrainage devient une stratégie de marques entre mère et filles.....	474
	<u>CASE STUDY</u>	L'Oréal : conjuguer sciences et cosmétique au féminin.....	475
4		<b>Valoriser son action de parrainage.....</b>	<b>479</b>
5		<b>La communication responsable.....</b>	<b>487</b>
	<u>CASE STUDY</u>	« Toutes Femmes, Toutes Communicantes » .....	489
	<u>CASE STUDY</u>	Carrefour : « le marché interdit ».....	496
	<u>CASE STUDY</u>	Groupe Casino, une communication engagée auprès de ses collaborateurs et clients .....	500
	<u>CASE STUDY</u>	On ne peut pas s'afficher avec n'importe qui : <i>Stop Hate Money</i> .....	503
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u>	Stéphanie Guillaume .....	504
	<u>CASE STUDY</u>	Pour le ministère de la Justice, l'inclusion passe aussi par le « FALC » .....	505
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u>	Cécile Ribour .....	508
	<u>CASE STUDY</u>	Orange : première entreprise du Cac 40 à avoir co-construit sa raison d'être.....	509
	<u>CASE STUDY</u>	Carrefour : leader mondial de la transition alimentaire pour tous .....	510
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u>	Hervé Monier .....	512
		À retenir .....	513

### **PARTIE 3**

## **Comprendre le secteur pour mieux s'y intégrer** 515

Chapitre 11	<b>La communication, un secteur économique à part entière</b>	517
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Emmanuelle Raveau .....	518
1	<b>Poids et évolutions du secteur.....</b>	<b>519</b>
	<u>CASE STUDY</u> Des secteurs moins connus qui embauchent.....	522
2	<b>Rémunérations.....</b>	<b>523</b>
	À retenir .....	529

Chapitre 12	<b>Annonces, agences et indépendants : les trois acteurs du secteur</b>	531
1	Les annonceurs .....	532
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Bernard Deljarrie .....	537
2	Les agences .....	538
	<u>CASE STUDY</u> Groupe ou agence indépendante ? .....	538
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Fabrice Valmier .....	540
	<u>CASE STUDY</u> Conquérir la Chine : les agences alliées des annonceurs, avec COM-ENT .....	544
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Claire Romanet .....	545
3	Les indépendants .....	547
4	Comment choisir ? .....	552
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Fabrice Valmier .....	553
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Karine Welter .....	554
	À retenir .....	555
Chapitre 13	<b>Quel métier choisir ?</b>	557
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Frédéric Fougerat .....	558
1	Les métiers d'hier et d'aujourd'hui .....	560
2	Filière commercial/développement .....	561
3	Filière conseil en communication .....	563
4	Filière création et contenus .....	583
	<u>CASE STUDY</u> La transformation digitale des métiers de communication très largement enclenchée ...	585
5	Filière fabrication/production .....	592
6	Les métiers de demain .....	597
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Virginie Blancher .....	603
	<u>L'ŒIL DE L'EXPERT</u> Marine Coderch .....	604
	À retenir .....	605

31	Questionnez vos pratiques grâce aux théories	607
32	1 Penser la communication : d'Aristote aux SIC	608
37	L'ŒIL DE L'EXPERT Valérie Carayol	610
38	2 Les anciens toujours modernes	611
38	3 Les penseurs contemporains	627
40	L'ŒIL DE L'EXPERT Pierre Zémor	632
44	4 Les auteurs engagés	633
45	À retenir	635
47		
52	Perspectives	637
53	Bibliographie	644
54	Des mêmes auteurs	651
55	Glossaire	652
57	Index général	656
58	Index des experts	658
60	Index des marques	660
61		
63		
63		
65		
65		
69		
69		
73		
73		
77		
77		
81		
81		
85		
85		
89		
89		
93		
93		
97		
97		
101		
101		
105		
105		