

CAHIER
REGARDS PLURIELS

**Les relations publiques
au début du nouveau millénaire**

Une pratique en route vers son avenir

SOLANGE TREMBLAY

Solange Tremblay est présidente-fondatrice
du Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION;
auparavant professeure associée au Département de
communication sociale et publique de l'UQAM.

Elle s'intéresse aux questions relatives
à la pratique des relations publiques
et plus particulièrement aux enjeux
de la communication, du développement durable
et des responsabilités sociales des organisations.

Une publication du
Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION
Octobre 2020

CAHIER REGARDS PLURIELS

Les informations contenues dans ce document
peuvent être reproduites avec mention de la référence.
Sauf à des fins commerciales.

Remerciements

Nos remerciements les plus chaleureux à
Danielle Maisonneuve
pour ses avis précieux
et pour son étroite et généreuse collaboration
à toutes les étapes du présent projet.

Toute notre gratitude aux associations professionnelles
en communication pour leur contribution active à la
matérialisation de la vaste enquête sur les RP réalisée
en 2003-2004.

Et toute notre reconnaissance à
Patrick Howe, Président de la SQPRP, et
Stéphane Prud'homme, Président de IABC/Montréal,
pour leur empressement dévoué
à en réactiver l'intérêt,
plus de 15 ans après sa publication.

Tous nos remerciements au Vice-rectorat à la
recherche, à la création et à la diffusion de l'UQAM,
pour son appui renouvelé à une large diffusion du
rapport original sur ces résultats.

Liens PDF en fin de document

Enfin, notre très cordial souvenir à
André A. Lafrance
pour cette joyeuse fébrilité qui a animé notre trio de
recherche durant cette belle aventure qui a mené à la
création de cette première large référence sur la
pratique des RP au Québec.

Retour sur une profession en pleine mutation

La pandémie du coronavirus qui a frappé de plein fouet toutes les régions de la Terre et sollicité les spécialistes de la communication dans la mobilisation des populations pour en contrer les plus grandes menaces au cours de l'année 2020, expose à grands traits le chemin qui a été parcouru dans l'exercice de leurs responsabilités depuis le début du nouveau millénaire. Pouvoir s'y pencher aujourd'hui permet à la fois de retracer l'installation d'expertises qui étaient alors toute nouvelles et aussi de dépoussiérer un portrait qui franchissait la modernité à grands pas. Une référence de poids s'y penche : il y a un peu plus de 15 ans en effet, paraissaient les résultats de la 1^{ère} grande enquête sur la pratique des relations publiques au Québec.¹

C'était en 2004 et les relations publiques étaient à un tournant.

Percée majeure du rôle des femmes, formation enrichie, complexification des responsabilités, multiplication des milieux d'intervention, portée d'influence, sans oublier les outils de communication qui passaient du 20^e siècle à une ère de facilité... Une véritable mutation se dessinait à l'horizon.

Un terreau d'informations à redécouvrir.

Pour mieux regarder devant, bien ancrés dans ses racines.

¹ Recherche pilotée par Danielle Maisonneuve, Solange Tremblay et André A. Lafrance au cours des années 2003 et 2004 à la Chaire en relations publiques de l'UQAM (rebaptisée Chaire de relations publiques et communication marketing en décembre 2007).

Regards d'aujourd'hui sur hier

LES RELATIONS PUBLIQUES

EN 2003-2004

Nouveau millénaire – Nouveaux profils

- Auparavant une spécialité largement exercée par les hommes, les RP² du début du nouveau millénaire témoignent d'un véritable renversement de genre car c'est une vaste place qui est réservée aux femmes qui en sont devenues les principales représentantes. Et plus encore : avec leur rôle plus affirmé et l'équité de revenu enfin obtenue, leur ascension professionnelle les propulse au-devant de la scène attestant d'une discrimination désormais révolue. Ou presque car l'égalité n'est pas encore acquise : comme dans plusieurs autres domaines, elles ont gravi plusieurs échelons supérieurs mais elles restent proportionnellement moins visibles aux postes stratégiques.
- Élargissant leur profil très *corporate*, les milieux d'intervention en RP s'élargissent à tous les environnements sociaux. Le milieu associatif, les OSBL, les petites et moyennes organisations et les très grandes entreprises, tant publiques que privées, composent les lieux d'intervention représentatifs de ce portrait.

² Dans le texte, l'abréviation RP fait référence aux lettres initiales des mots relations publiques, souvent désignées dans cette forme abrégée.

- Outre les effectifs professionnels œuvrant en milieu organisationnel et ceux attachés à une agence-conseil, une nouvelle catégorie bien distincte a fait son apparition : avec leur longue feuille de route et leur expertise, les travailleuses et travailleurs autonomes – également souvent agréés en RP – ont scellé leur influence dans le milieu.
- Les nouveaux baccalauréats spécialisés en RP de l'Université Laval et de l'UQAM –tous deux créés en 1996– ont rempli leur promesse. L'arrivée massive des premières cohortes de jeunes bacheliers et bachelières en RP apporte un vent nouveau : formés aux courants les plus novateurs, sûrs d'eux, fonceurs, ils revendiquent de plus en plus de responsabilités alors que les services en communication connaissent un élan dans tous les domaines de spécialités.
- Une mobilité professionnelle importante marque aussi cette période. Alors que plus des trois quarts des membres de ce milieu n'ont jamais eu à vivre de perte d'emploi au cours de leur carrière, la même proportion a privilégié un ou des changements au cours des dix années précédentes. Amélioration des responsabilités, des défis, du rang hiérarchique – ou encore opportunités plus stimulantes. On cherche mieux et plus.
- C'était le début d'un temps nouveau. Les outils de communication traditionnels, le traitement de texte et les télécopieurs si prisés des années 1980-1990 ont fait leur temps, les '*nouvelles*' technologies de l'information ont transformé les modes d'intervention : processus de travail plus simples, contacts directs avec les publics, etc. De plus en plus intégrés aux outils de travail, les courriels de groupe, les bulletins électroniques et les sites web font également graduellement leur chemin au cœur des stratégies communicationnelles.

Une philosophie qui s'affirme

- En 2003-2004, le titre '*relationniste*' est disparu du radar. Largement associé aux faiseurs d'images, ce titre est connoté très péjorativement et on ne souhaite plus y être identifié. L'ère des conseillers et conseillères en RP et en communication est maintenant bien installée.
- S'appuyant sur leur code de déontologie, les questions d'éthique sont au cœur des valeurs des professionnels et professionnelles en communication et ils sont nombreux à s'inquiéter des dérives qui leur sont régulièrement imputées. Plusieurs soulignent en effet qu'il n'est toujours pas rare de voir des gens usurper la crédibilité des RP sur la place publique « sur une base amateur, sans formation adéquate ou pour des raisons qui ne relèvent pas des valeurs professionnelles défendues par les réels artisans du milieu ».³
- Plus encore, plusieurs revendiquent la création d'un ordre professionnel⁴ et estiment important de souscrire au renforcement promotionnel des démarches d'agrément visant la reconnaissance des niveaux de compétence, de la formation ainsi que des normes de qualité en relations publiques.

³ Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec – Faits saillants*, Chaire en relations publiques, UQAM, p.10.

⁴ On aura remarqué que la désignation des praticiens des RP emprunte souvent le terme plus qualifiant de 'professionnels' bien qu'un ordre professionnel – depuis longtemps souhaité – ne soit toujours pas en existence. Cette dénomination, régulièrement utilisée par les praticiens eux-mêmes, renvoie à un ensemble de responsabilités et de compétences faisant notamment appel aux sciences de l'information et de la communication, aux sciences humaines et à la gestion, ainsi qu'à une pratique s'appuyant sur un code de déontologie.

Des responsabilités plus complexes

- Bien ancrées dans les pratiques, la multiplication et la complexification des responsabilités s'accompagnent d'une spécialisation accrue des services au début des années 2000. La gestion des enjeux, la communication de crise, les relations gouvernementales ont fait un bond majeur dans les priorités professionnelles et dans les compétences spécifiques de plus en plus sollicitées dans l'industrie.
- Plus encore, les RP s'installent progressivement au rang de fonction stratégique dans les organisations, marquant un tournant de poids quant à la reconnaissance du rôle central des communications dans la prise de parole des entreprises, des sociétés et des collectivités dans l'espace public.
- Ce tournant qui voit les horizons s'élargir n'écarte pas les importantes réserves des professionnels et professionnelles quant à des interventions à l'étranger. Langues, religions, cultures, modes de gestion, régimes politiques... les inconnues sont nombreuses et des réflexions éthiques les retiennent. Aussi lorsque les mandats les y conduisent, les partenariats avec des agences reconnues dans les milieux visés sont privilégiés par égard à la complexité de contextes qui leur sont étrangers.
- La mondialisation des marchés, l'influence du web, la nécessité de transparence et de protection de la réputation des organisations entraînent une forte incidence sur la demande. Ainsi avec une expertise mieux affirmée, l'avenir des RP est entrevu très positivement.

- Cette évolution ne se réalise pas sans accroc toutefois car il n'est pas rare de voir des mandats centrés sur la seule réalisation d'outils : plusieurs s'en inquiètent largement durant ces premières années.
- En outre, ces transformations dans la pratique des RP évoluent dans un contexte où les responsabilités –souvent associées à celles des publicitaires– exposent toujours le flou, voire l'incompréhension entourant leur rôle dans la société : ce qui peut relever du paradoxe pour des spécialistes de la communication.
- Mais de façon générale, les spécialistes en RP sont heureux dans leur rôle. Plus près des lieux de décision, centrés sur leurs valeurs et bien au fait des enjeux qui interpellent les organisations dans l'espace public, ils ont le sentiment de participer à l'évolution sociale de leur environnement en favorisant le développement de relations plus ouvertes entre les organisations et la société qui les entoure.

Des enjeux qui pointent

- Mais si le nouveau millénaire entraîne avec lui les acquis des dernières décennies, les horizons à découvrir restent à explorer. Ainsi, malgré une mondialisation en constant étalement et des enjeux qui se multiplient, la communication des risques est peu mise en chantier au cours de ces années et n'apparaît pas encore comme l'une de leurs priorités.
- En outre, en dépit de valeurs sociales en profonde mutation, le développement durable et les responsabilités sociales des organisations sont encore bien loin de leurs préoccupations. Et seule une infime proportion sait en identifier les rôles. Voire même en reconnaître la pertinence pour les professionnelles et professionnels en communication.

Poussée vers l'avenir

Ces résultats tirés d'une vaste enquête, réalisée en 3 étapes au cours des années 2003 et 2004⁵ (sondage, groupes-témoins, analyse longitudinale), apportent un éclairage concret sur les réalités d'une pratique professionnelle en pleine métamorphose à l'aube du nouveau millénaire. Cette étude, très attendue au cours de ce grand tournant, révélait en effet un profil qui tranchait avec le portrait qu'en avaient tracé les enquêtes réalisées une décennie plus tôt⁶.

Car la pratique des RP poursuit son évolution.

En fait, c'est un véritable bond vers l'avenir qui se dessinait au cours de cette période. Ainsi affranchies de leurs carcans – et plus particulièrement de leurs codes masculins et *corporate* – les relations publiques entraînent dans le XXI^e siècle, fières héritières de références mises en place par des artisans déterminés à approfondir leurs acquis et à franchir une nouvelle étape.

La création, alors toute récente, des baccalauréats en RP (1996) et de la Chaire en relations publiques (2001) auxquels la communauté professionnelle a apporté une

⁵ Trois titres s'y rapportent. Ils couvrent les résultats quantitatifs & l'analyse longitudinale, les résultats qualitatifs ainsi que les faits saillants :

- Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Les relations publiques : une profession à géométrie variable*, Chaire en relations publiques de l'UQAM, UQAM.
- Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Étude sur les relations publiques au Québec*, Chaire en relations publiques de l'UQAM, UQAM.
- Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec – Faits saillants*, Chaire en relations publiques, UQAM.

⁶ Il s'agit des études suivantes :

- Losier, A.-M. (1992). L'Industrie et la profession des relations publiques au Québec, mémoire de maîtrise, Département de communication, Université de Montréal, Montréal.
- Groupe Léger (1991). Les perceptions des dirigeants d'affaires à l'égard des relations publiques au Québec, étude réalisée pour le Groupe CIBC et la Société des relationnistes du Québec, Montréal (document non publié).
- Juergens, D. et M. Gadbois (1991). Évolution quantitative de la demande des relationnistes, étude réalisée pour le comité d'élaboration du baccalauréat en relations publiques de l'UQAM, Montréal (document non publié).
- Allen C. (1990) Enquête auprès des membres de la Société des relationnistes du Québec, étude réalisée pour l'Université du Québec à Montréal, préparée en collaboration avec P. Niro, L. Maguiraga, G. Tremblay et P. Chénier, Montréal (document non publié).

contribution très active⁷, leur offrait sans contredit un cadre d'affirmation nouveau. Sans oublier les congrès associatifs et les ateliers de formation continue organisés sur des sujets de pointe⁸; le rôle de *Publics*, le magazine des relations publiques au Québec, très présent au cours des années 1990; la parution du premier ouvrage de référence en RP au Québec⁹. Et bien sûr, l'implication centrale de réels bâtisseurs dans la création des premiers noyaux d'enseignement, au cours des décennies antérieures¹⁰.

Ainsi, bien que les spécialistes en communication soient encore souvent décriés comme des faiseurs d'image au début des années 2000, ils savent de mieux en mieux défendre leurs savoirs et leurs valeurs. Leurs références se sont multipliées au cours des ans et ils y ont facilement accès¹¹.

Forts de ces prémices en effet, les spécialistes en RP sont alors nombreux et nombreuses à attester leurs compétences en s'appuyant sur les sciences de l'information et de la communication. Nombreux et nombreuses à se fonder sur l'amélioration continue de leurs connaissances et sur l'importance qu'ils accordent aux questions éthiques. Et nombreux et nombreuses à se réclamer de processus mesurables qui s'inscrivent à des lieues des méthodes de ces personnes « dont les compétences sont douteuses ou insuffisantes pour revendiquer le statut de professionnels »¹².

⁷ Très actif au cours des années 1990-2000, le Comité des affaires universitaires de la Société des relationnistes du Québec* se voit octroyer un statut permanent vers l'année 1995, ce qui lui permettra d'assurer une représentation professionnelle continue auprès du milieu universitaire. *Nom antérieur de la SQPRP.

⁸ Sur la communication de crise notamment. Riche en enseignements à cet égard, la crise du verglas qui plonge la moitié du Québec dans le noir, le froid et des scènes cauchemardesques en janvier 1998, est alors la pire catastrophe naturelle que le Québec ait connue.

⁹ Maisonneuve, D., Lamarche, J.-F., St-Amand, Y. (1998). *Les relations publiques dans une société en mouvance*, PUQ.

¹⁰ Leur rôle débute en 1970 avec la création du premier certificat en RP à l'Université de Montréal; rôle qui se poursuit avec la création de programmes semblables à l'Université Laval, à l'Université McGill et à l'Université Concordia. S'y ajoute, au milieu des années 1980, un programme de perfectionnement pour professionnels en exercice à HEC Montréal.

¹¹ À titre d'exemple, le 25^e anniversaire de l'enseignement des RP au Québec ne passe pas inaperçu : en 1995, le magazine *Publics* diffuse un numéro spécial sur l'ensemble des programmes d'études et de formation continue, offerts dans les universités québécoises. Un répertoire complet listant les cours proposés y est aussi greffé. On ne s'étonnera pas que la formation y soit présentée comme une « voie de passage obligée de la crédibilité » des communicateurs. Régulièrement mis à jour et diffusé au cours des années qui suivent, le répertoire sera ensuite disponible en ligne sur les sites associatifs de la Société des relationnistes du Québec et de la Société canadienne des relations publiques.

¹² Op. cit., *Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec – Faits saillants*, p.10.

Retour vers le futur

En filigrane des mutations observées au début du présent millénaire, de nouvelles approches analytiques permettent aujourd’hui d’enrichir le portrait de ces pratiques communicationnelles selon leur évolution dans la société et d’appréhender des questionnements axés sur des réalités plus actuelles.

Les résultats de cette recherche offrent ainsi un corpus structuré apportant une riche documentation pour la recherche, l’enseignement et le milieu professionnel ainsi que de nouveaux points de repères pour étudiants et toute personne intéressée par cette voie.

Au surplus, comme pour tout autre domaine professionnel, nul doute que de nouvelles considérations éthiques et de nouveaux constats critiques continueront de surgir au fil du temps. La réflexion sur l’évolution des relations publiques doit en effet continuer à être alimentée à la faveur de l’évolution de la pensée, des valeurs sociales et des pratiques qui poursuivront leur transformation en se modulant sur l’émergence d’enjeux tout à fait nouveaux.

Par ailleurs, si depuis les débuts de la crise planétaire de la COVID-19, le rôle majeur de la communication et de nombreux spécialistes engagés directement sur la ligne de front a pu être remarqué positivement, il est indubitable que les savoir-faire en RP, au Québec comme partout dans le monde, remontent à des compétences qui se sont développées au fil des ans. Ce portrait des relations publiques au tournant des années 2000 en démontre les assises québécoises¹³.

À la lumière de ces observations, les prochaines années seront déterminantes pour l’évaluation de la façon dont cet accompagnement se poursuivra aux différents paliers de décision de la Société.

¹³ Il est sans doute permis d’élargir plusieurs de ces observations à la pratique des RP à l’échelle canadienne, comme le cheminement québécois est souvent amalgamé aux pratiques générales observées dans l’ensemble du Canada.

Face à la crise climatique, directement associée à cette pandémie ainsi qu'aux contrecoups sociaux, environnementaux, économiques, politiques et financiers qu'elle a entraînés, les conseillers et conseillères en communication auront en effet un rôle central à exercer. La transition vers des modes de vie plus sains et respectueux de l'environnement – mise de l'avant à grande échelle à travers le monde au cours de la pandémie du coronavirus – sera sans nul doute le marqueur principal de l'après-COVID-19 pour un large nombre.

Aujourd'hui en effet, c'est une mobilisation citoyenne de plus en plus large qui est observée. À cet égard, la *Marche mondiale pour le climat* de l'automne 2019 a marqué les esprits alors qu'aux quatre coins du globe des foules considérables se sont rassemblées dans les rues pour réclamer des actions concrètes de leurs gouvernements face aux dérèglements climatiques. Le Québec et le Canada n'y ont pas fait exception : de longs cortèges, souvent qualifiés de vagues historiques, ont défilé dans les rues des grandes villes scandant l'urgence de protéger la planète.

Rappelons également que l'engagement solennel pris par les associations professionnelles en communication à l'égard du développement durable en 2006¹⁴ inscrivait déjà toute l'importance que les communicateurs doivent accorder à ces enjeux pour en essaimer les valeurs dans la société¹⁵. Et plus qu'un simple rappel, le renouvellement public de leur promesse en 2018¹⁶ en accentuait d'une seule voix encore toute la nécessité.

¹⁴ Dans le sillage de l'adoption de la *Loi sur le développement durable* au Québec en mars 2006, quatre associations professionnelles en communication s'engageaient formellement en ce sens au cours d'un Colloque qui s'inscrira comme la première contribution du secteur des communications à la mise en œuvre du plan de développement durable du Québec. Il s'agit de la SQPRP, de l'IABC/Montréal, de l'ACRPQ et de l'ACMQ.

¹⁵ Notons que ces valeurs sont dans l'air du temps, car à peine deux années après cette enquête de 2003-2004, une autre étude révèle que ces enjeux avaient évolué chez les communicateurs québécois et canadiens en 2006 : désormais jugés importants pour eux, ils anticipaient devoir exercer un rôle central pour soutenir les organisations face à ces questions dans la société.

¹⁶ La SQPRP, l'IABC/Montréal, l'ACRPQ, l'ACMQ et RPSF participaient à ce [renouvellement solidaire](#) dans le cadre du lancement du second ouvrage à paraître sur ce sujet très sensible au Québec et au Canada (dix ans après la publication du premier en 2007).

Ce sont également ces valeurs qui animaient les dix spécialistes québécois qui ont œuvré au coude-à-coude dès 2007 pour la création de Relations publiques sans frontières : cette organisation, maintenant présente dans plus de 40 pays, s'est instituée sur ces bases dès ses premières interventions internationales¹⁷.

Les années devant nous se dessinent déjà.

Des responsabilités bien installées montrent la voie, ici comme ailleurs dans le monde : constitution de groupes de pratique et d'équipes de recherche, création de programmes universitaires consacrés à ces enjeux¹⁸, organisation d'événements publics et scientifiques, publications axées sur les communications responsables.¹⁹

Plus que jamais, devant des enjeux qui dépassent désormais toutes les frontières, une approche holistique, plurielle, inclusive, qui déconstruit les silos, interpelle tous les secteurs d'activités en communication. Se fondant sur une communication agissante prônant « l'engagement citoyen, la protection des richesses de la Terre, la relation de l'Homme avec la nature, tout autant que l'équité, la démocratie, la solidarité »²⁰, elle s'infiltré au cœur de toutes les réflexions.

Un nouveau saut vers l'avenir est visiblement en préparation.

¹⁷ Depuis sa première mission en 2009, RPSF a étendu sa présence dans 22 pays; 44 missions y avaient été réalisées à l'automne 2020 (source : RPSF).

¹⁸ À titre d'exemple, le premier programme universitaire canadien en responsabilité sociale des organisations, intégrant la [double perspective de la communication et des sciences de la gestion](#), voit le jour en 2009 à l'UQAM, à l'initiative conjointe de la Faculté de communication et de l'ESG.

¹⁹ Voir à ce sujet « Communicateurs et regroupements professionnels : prélude et engagement pour un développement durable », p. 235-249 (In : [Développement durable - Une communication qui se démarque](#)).

²⁰ Ibid., 4^e de couverture.

Références

Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Les relations publiques : une profession à géométrie variable*, Chaire en relations publiques de l'UQAM, UQAM.

Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Étude sur les relations publiques au Québec*, Chaire en relations publiques de l'UQAM, UQAM.

Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A.-A. (2004). *Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec – Faits saillants*, Chaire en relations publiques, UQAM.

Autres sources

Allen C. (1990) Enquête auprès des membres de la Société des relationnistes du Québec, étude réalisée pour l'Université du Québec à Montréal, préparée en collaboration avec P. Niro, L. Maguiraga, G. Tremblay et P. Chénier, Montréal (document non publié).

Groupe Léger (1991). Les perceptions des dirigeants d'affaires à l'égard des relations publiques au Québec, étude réalisée pour le Groupe CIBC et la Société des relationnistes du Québec, Montréal (non publié).

Losier, A.-M. (1992). L'Industrie et la profession des relations publiques au Québec, mémoire de maîtrise, Département de communication, Université de Montréal, Montréal.

Juergens, D. et M. Gadbois (1991). Évolution quantitative de la demande des relationnistes, étude réalisée pour le comité d'élaboration du baccalauréat en relations publiques de l'UQAM, Montréal (non publié).

Compléments

Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance*, 4e édition, Québec, PUQ.

Dumas, M. (2010). *Les relations publiques, une profession en devenir*, Québec, PUQ.

Niquette, M. (2000). "De la féminisation des relations publiques : un discours en rupture de l'histoire des femmes relationnistes", *Communications - Recherches féministes*, volume 13, numéro 2, Université Laval.

Relations publiques sans frontières (2009). [Rapport annuel 2009](#), Relations publiques sans frontières, Montréal.

Tremblay, S. (1991). « Les relations publiques se conjuguent de plus en plus au féminin pluriel », *Publics*, volume 17, no 6, p. 9.

Tremblay, S. (1991). « Un fléau-tabou en plein développement : les grandes crises », *Publics*, vol. 17, no 5, p. 10-11.

Tremblay, S. (dir.) (1995). Numéro spécial – Formation universitaire et continue en RP, *Publics*, vol. 21, no 1, mars 1995.

Tremblay, S. (2006). *Développement durable et responsabilités sociales dans la communication d'entreprise: tendances canadiennes et québécoises*, Centre d'études sur les responsabilités sociales, le développement durable et l'éthique, Chaire en relations publiques, Montréal, UQAM.

Tremblay, S. (dir.) (2007). [Développement durable et communications – Au-delà des mots, pour un véritable engagement](#), Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.

Tremblay, S. (2011). « Développement durable et communication : vers un espace ouvert fondé sur la participation citoyenne, l'éthique du dialogue et l'interinfluence », *Télescope*, vol. 17, no 2, p. 239-255.

Tremblay, S. (2016). [Michel Dumas, Horizons pluriels](#) – Un leader en relations publiques au Québec, au Canada et sur la scène internationale, Collection Entretiens, Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION.

Tremblay, S., D'Almeida, N. et Libaert, T. (dir.) (2018). [Développement durable - Une communication qui se démarque](#), Québec, Presses de l'Université du Québec.

Rapports 2003-2004

Document A

14 pages

Rapport synthèse de l'ensemble des résultats de la recherche
réalisée en 2003-2004
(Sondage – Groupes-témoins – Analyse longitudinale)

Faits saillants

[Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec](#)

* * *

Document B

118 pages

Rapport de recherche
analysant l'ensemble des résultats
du sondage réalisé en 2003
& l'évolution observée entre 1990-2003.

Ce rapport détaillé s'adresse plus particulièrement
aux chercheurs-euses, enseignants-es et étudiants-es
souhaitant approfondir ces questions.

[Les relations publiques : une profession à géométrie variable](#)



[**durabilitecommunication.com**](http://durabilitecommunication.com)