

Stéphane Mahob Mbock, *Gestion de crise, Faire de la relation une stratégie*, Paris, Gereso, 2026, 163 pages

**Par L'Honorable Hermine Kembo
Magistrate et essayiste Camerounaise**

L'ambition du livre est de démontrer que, pour faire face aux crises, toute entreprise doit, au-delà des procédures et des outils, cultiver son capital relationnel, en nourrissant, maintenant et restaurant une relation de confiance avec ses parties prenantes. Le point de vue de l'auteur, est non celui du dirigeant mais celui du collaborateur qui, vit au bout de la chaîne, les effets des décisions stratégiques.

Il articule son propos autour de 8 chapitres : *Comment (re)donner de la valeur à l'image employeur* (Chap. 1), *Le manager 4.0: Gentleman-Gentlewoman relationnel.le* (Chap.2), *Veiller et trier sans cesse* (Chap.3), *Crise de communication et communication de crise* (Chap. 4), *Quand les relations pressent* (Chap.5), *A la bonne heure le médiateur* (Chap. 6), *Le rex, nécessité plus que simple réflexe* (Chap. 7), *Crise et intelligence collective* (Chap. 8).

Ces chapitres dévoilent trois idées essentielles. La relation est présentée successivement comme acte fondateur, comme matrice et comme infrastructure invisible de résilience.

Dans le premier mouvement, l'auteur pense que la relation ne crée pas qu'une juxtaposition d'individus, elle engendre une communauté fondée sur un engagement éthique envers des causes transcendantes qui les lient, par une mémoire partagée et des attentes communes.

Dans un second mouvement, la relation est considérée comme matrice d'intelligence en ce qu'elle permet un entrelacement, une fécondation mutuelle des émotions, créant un champ cognitif augmenté. Elle favorise une pensée organique, collective et adaptable.

En troisième mouvement, perçue comme infrastructure de résilience, la relation façonne une mémoire de la crise, avec ses émotions positives et négatives, qui conditionne les interprétations futures.

Ces différents angles d'analyse permettent à l'auteur de donner une opinion informée et incarnée, vivante et vivifiante, qui engage à une attention renouvelée sur la relation en entreprise. Il veut démontrer que tout n'est pas écrit et que c'est l'intelligence collective, avec la participation de chacune des parties prenantes, qui contribue à surmonter les crises en entreprise.

Stéphane Mahob Mbock, *Gestion de crise, Faire de la relation une stratégie*, Paris, Gereso, 2026, 163 pages

**Par L'Honorable Hermine Kembo
Magistrate et essayiste Camerounaise**

Il conseille donc aux managers dans leurs interactions quotidiennes, d'être cohérents avec les valeurs qu'ils affrangent, de donner de la marge aux employés pour leur permettre d'exprimer la plénitude de leurs talents, de privilégier une approche empathique plutôt qu'apathique qui opprime et aplatit le collaborateur, de capitaliser cette approche humaine et empathique au moment de la crise pour ouvrir un espace d'expression crédible pour l'organisation. En cas de crise, ce sont les relations préexistant entre l'entreprise et ses parties prenantes qui prennent le dessus et conditionnent les positions.

Pour lui, le retour d'expérience après la crise est une nécessité. Il permet d'identifier les leçons apprises. En effet, une crise dont on n'apprend pas est une crise qui reviendra. p. 121.

Il met en relief l'importance du médiateur dans une crise et articule les conditions de succès de sa mission. Pour lui, anticiper l'appel au médiateur dès les premiers signes du conflit, augmente les chances de succès car patienter par orgueil, négligence, honte ou peur, c'est peut-être jouer avec les limites de l'inflexion de la crise. L'efficacité de l'action de ce dernier réside dans la possibilité de suivre et d'évaluer la mise en œuvre des mesures proposées.

Il souligne la nécessité de l'intelligence collective. Celle-ci est la connexion des savoirs tacites et des intuitions individuelles. Elle permet de générer une synergie intellectuelle capable de résoudre les problèmes complexes. Pour ce faire, les managers doivent favoriser un climat relationnel sain, où les ego s'effacent au profit de l'écoute, de la co-instruction et de la confiance. Elle suppose une interaction active, inclusive et ouverte.

Les chapitres comportent des rubriques : *Points d'attention* et *Le saviez-vous ?* dans les développements, puis à la fin, *Ce qu'il faut retenir* et *Quelques Solutions*. A la suite, un *Focus Expert* permet à des professionnels, sous le format de l'entretien, d'éclairer sur les sujets traités.

Stéphane Mahob Mbock, *Gestion de crise, Faire de la relation une stratégie*, Paris, Gereso, 2026, 163 pages

Par L'Honorable Hermine Kembo
Magistrate et essayiste Camerounaise

Ainsi, Jean Luc LETOUZE, Directeur de l'Ecole Narrativ de communication et de journalisme aborde la question de la *Marque employeur* (Chap.1), Nathalie LORRAIN, Directrice associée, Itinéraires interculturels parle du *Management interculturel* (Chap.2), Frédéric FOUGERAT qui signe par ailleurs la préface de l'ouvrage, évoque *la place de l'humain et de l'émotionnel dans la gestion de crise* (Chap.4), Jocelyn DI SCALA, Conseil formateur en relations publiques-relations média (Chap.5), Cocréateur et animateur CREATURES insiste lui, sur *le rôle des relations publiques* (Chap.6), Odile CHAMUSSY, Médiatrice en entreprise certifiée et coach professionnelle met en relief *la place de la médiation en entreprise* (Chap.7), Pauline COCHARD ALEXANDRE éclaire sur l'intelligence collective (Chap.8). A la fin du Chapitre 3, l'auteur fait une capsule pour expliquer l'échec de la veille et du partage de l'information dans les évènements du 11 septembre 2001.

Ces chapitres sont précédés d'un *Avant-Propos* de Yvette ABOUGA, d'une *Préface* de Frédéric Fougerat, et d'une introduction. Ils sont suivis de la conclusion qui analyse les promesses de la relation. A cette conclusion sont accolées 3 grandes interview : Celle de Yvette Abouga, Maitre de conférences et Enseignante Chercheure au Département de Français de l'Université de Yaoundé 1, sur L'hospitalité, celle de Véronique CAYADO, Docteure en Psychologie, Responsable de l'Institut OUI CARE, sur L'âgisme, celle de Claude CAGNON, Créateur de Neo Sport Consulting, Agent FFF, Praticien de la cohérence cardiaque sur cette dernière thématique.

Un *Sommaire* en début d'ouvrage en facilite la consultation tandis que la Bibliographie qui le clôt éclaire sur les références qui ont inspiré l'auteur.

Le livre est une invite à percevoir l'entreprise comme un univers d'êtres humains, dont l'interaction est marquée par la qualité des émotions qui se diffuse entre eux et détermine la solidité des relations. Cultiver et prendre soin de la relation avec l'autre est au cœur de la gestion des organisations et une clé de la gestion des crises qui, quels que soient les dispositifs de prévention mis en place, surviendront.

Il faudrait donc, comme le suggère Yvette Abouga, se déterritorialiser, échapper aux aliénations en s'affranchissant des modes de pensée qui limitent ou qui excluent pour de nouvelles géographies imaginaires, de-essentialiser les imaginaires, se confronter à l'extériorité et à l'altérité. p.147.