

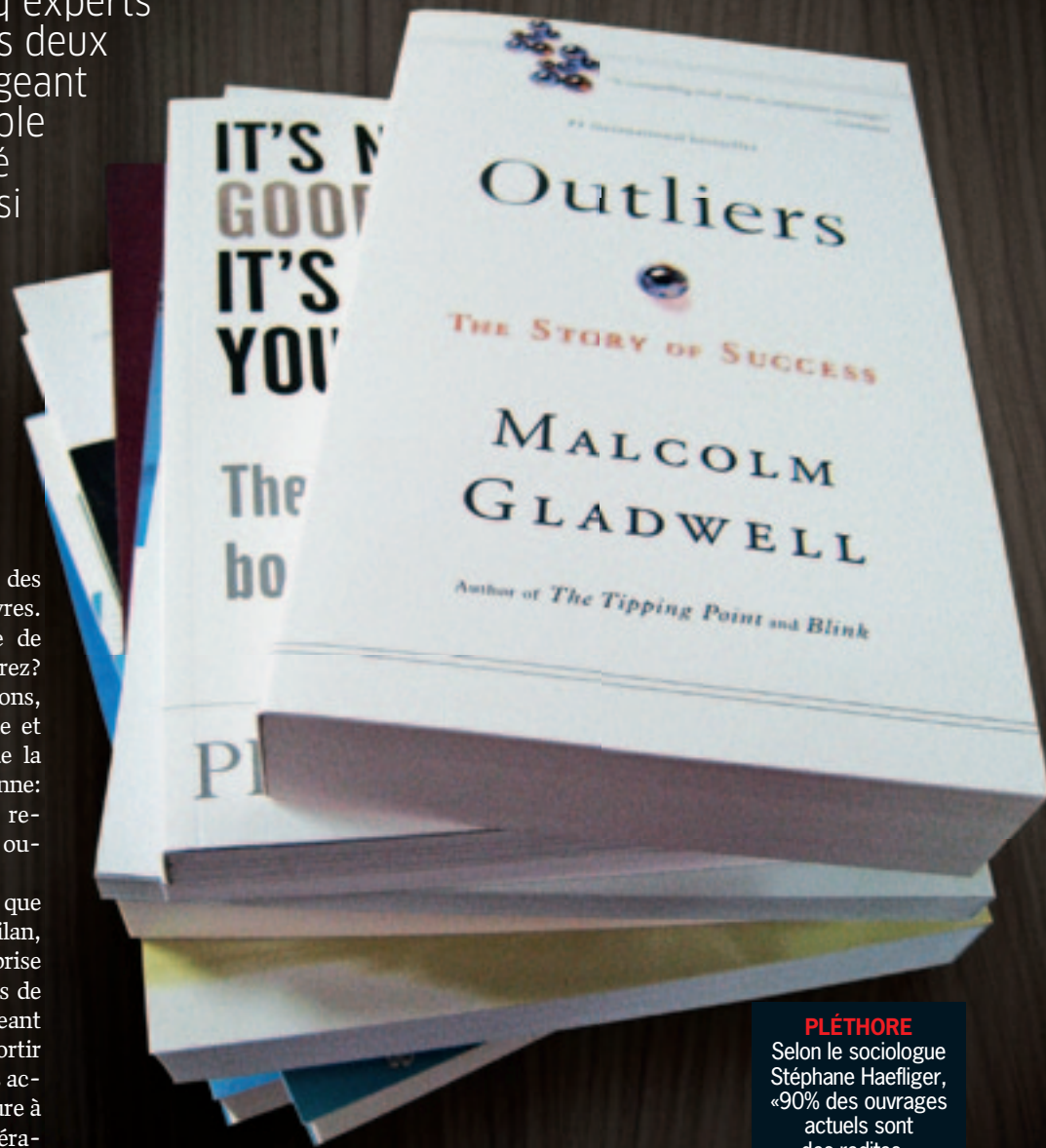


CONSEILS

Les dix bibles du management qu'il faudrait avoir lues

Bilan a demandé à cinq experts de lui recommander les deux ouvrages que tout dirigeant devrait avoir sur sa table de chevet. Ils ont pointé des classiques, mais aussi des récits ébouriffants.

PAR FABIENNE BOGADI



Noël approche, et les rayons des librairies débordent de livres. Comment choisir LE livre de management que vous offrirez? Car ils ne sont pas tous bons, avertit Stéphane Haefliger, sociologue et directeur des ressources humaines de la Banque Privée Espirito Santo à Lausanne: «90% des ouvrages actuels sont des redites, quand ce ne sont pas de simples ouvrages de marketing.»

C'est peut-être pour cette raison que les cinq spécialistes interrogés par Bilan, consultant, professeurs, chef d'entreprise ou libraire, ont aussi cité des ouvrages de psychologie ou littéraires. «Tout dirigeant devrait s'intéresser à la philosophie, sortir de son rôle pour chercher du sens à ses actions», souligne Winter Nie, professeure à l'IMD et spécialiste de la gestion des opérations et services. Sélection.

PHOTO: DH

PLÉTHORE

Selon le sociologue Stéphane Haefliger, «90% des ouvrages actuels sont des redites.»

LES STRATÉGIQUES



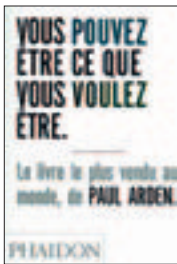
L'alchimie du changement, François Dupuy, Editions Dunod, 2011, 304 pages.

«Un hymne à la démarche participative», résume Stéphane Haefliger. Cet ouvrage prend le contre-pied des dérives du management «bottom-up». Selon son auteur, la pensée magique des CEO, incarnée dans des plans d'action incompréhensibles, produit plus d'immobilisme que de changement. «Son idée forte: les comportements même étranges des collaborateurs sont le fruit de leur intelligence et non de leur sottise», dit Stéphane Haefliger. Un livre qui prône le respect et le dialogue.



Hot Spots, Lynda Gratton, 2007, 213 pages, en anglais.

Lynda Gratton, au douzième rang des plus grands penseurs de l'économie selon le ranking britannique The Thinkers 50 2011, est connue pour son travail sur les implications humaines dans les stratégies d'entreprise. Dans *Hot Spots*, elle décrit comment une entreprise peut créer de l'énergie et de l'innovation. «Il y a des moments précis où l'enthousiasme, l'excitation et l'innovation viennent en même temps, explique Gilbert Probst, professeur à HEC Lausanne et directeur académique du WEF. Tout l'art, c'est de savoir créer ces moments, ces hot spots.» La nouveauté? Lynda Gratton vante les mérites du travail collaboratif, en réseau.



Vous pouvez être ce que vous voulez être, Paul Arden, Phaidon, 2004, 127 pages.

Cet ouvrage est un guide de poche qui incite les dirigeants à considérer le management par l'autre bout de la lorgnette. Le célèbre publicitaire britannique Paul Arden y traite de questions comme les avantages du licenciement et l'intérêt de faire des erreurs. Présenté comme le livre le plus vendu du monde, il va à l'encontre des idées reçues. «Je l'ai acheté en Inde et depuis il ne me quitte plus, raconte Robin Cornelius, président du conseil d'administration de Switcher à Lausanne. Il est très créatif. Par exemple, quand il dit: «Ne cache pas tes idées», je suis tout à fait d'accord. Les chefs d'entreprise qui ont le culte du secret et de l'opacité prennent un énorme risque de réputation.»

LES LITTÉRAIRES



Bonjour paresse, Corinne Maier, Editions Michalon, 2004, 118 pages.

Aucune entreprise n'est à l'abri des travers décrits par la psychanalyste et économiste genevoise Corinne Maier: chefs incompetents, jargon incompréhensible, réunions inutiles. Dépeinte avec un réalisme chirurgical, l'entreprise cumule les travers bureaucratiques avec les excès d'une culture managériale anglo-saxonne mal assimilée. L'auteure propose alors sa solution: tirer au flanc sans se faire repérer. «Cet ouvrage délicieux est une monumentale gifle qui

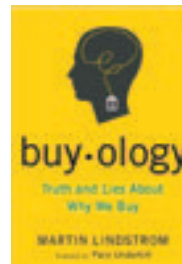
prend pour cible la culture «MBA-Grandes Ecoles», commente Stéphane Haefliger. Une lecture obligatoire pour tous les managers.»



Mini-encyclopédie des citations du XX^e siècle, André Festjens, France loisirs, Paris, 1992.

Certes, cet ouvrage que l'on peut glisser dans une poche a 20 ans déjà, mais il constitue une source inépuisable d'inspiration pour le chef d'entreprise qu'est Robin Cornelius. Parmi ses citations préférées? «Se vouloir libre, c'est aussi vouloir les autres libres», de Simone de Beauvoir, sur la nécessité de déléguer. «Chaque citation peut être appliquée à une situation quotidienne du monde des affaires, c'est une pédagogie monstrueuse, dit-il. Ce livre parle de la solitude du chef d'entreprise, du charme, de la capacité à déléguer.»

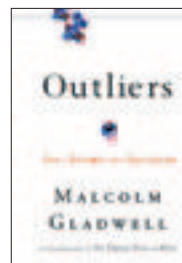
LES PSYCHOLOGIQUES



Buy-ology: Truth and Lies about Why We Buy, Martin Lindstrom, 2008, 231 pages, en anglais.

Qu'est-ce qui influence nos décisions d'achat? Dans cet ouvrage, Martin Lindstrom, l'un des hommes les plus influents selon *Time Magazine* en 2009, présente les résultats de sept études en neuromarketing portant sur 2000 volontaires dans le monde. «Je l'ai acheté par hasard dans un aéroport, raconte Winter Nie, professeure à l'IMD, et il était si passionnant qu'arrivée à destination je l'avais lu de bout en bout.» Selon elle, ce livre est la meilleure des introductions au neuromarketing. «Il fourmille d'exemples, il est facile à lire et magnifiquement vulgarisé.»

LES GUIDES DE CARRIÈRE



Outliers, The Story of Success, Malcolm Gladwell, Ed. Little, Brown and Company, 2008, 304 pages, en anglais.

A peine publié que ce livre était déjà un best-

PHOTOS: DR

Les cinq spécialistes interrogés par Bilan



Gennarina Cicala, libraire spécialisée.



Robin Cornelius, président de Switcher.



Stéphane Haefliger, DRH et sociologue.



Winter Nie, professeure à l'IMD.



Gilbert Probst, directeur académique du WEF.

seller aux Etats-Unis. Le penseur américain inventorie les racines du succès en suivant la destinée de personnalités extraordinaires comme Mozart, les Beatles ou Bill Gates, en des lieux et des époques différents. «Pour devenir un génie, il n'y a pas de mystère, il faut une pratique consciente, de la patience, 10 000 heures de travail acharné ou un bon coach, décrit Winter Nie. Ce livre m'a plu parce qu'il est rédigé simplement, et surtout, il démystifie la notion de génie.»



Working Identity,
Herminia Ibarra,
Harvard Business
School Press, 2003,
201 pages, en anglais.

Longtemps professeure à Harvard, Herminia Ibarra enseigne désormais à l'INSEAD à Fontainebleau. Dans son ouvrage, elle livre des stratégies pour réorienter sa carrière. Elle a été la première à insister sur l'importance du réseautage. Selon elle, celui-ci se construit à trois niveaux: opérationnel, formé de ceux dont on

a besoin pour accomplir son travail, personnel, ceux dont on a besoin pour se resourcer, comme la famille et les amis, et enfin stratégique, formé de ses mentors dans d'autres entreprises ou secteurs économiques. Une carrière se bâtit en s'appuyant sur ces trois piliers. «Herminia Ibarra fait partie de ces gourous qui font réfléchir les autres», relève Gilbert Probst.

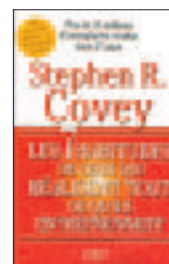
POUR LES DÉBUTANTS



Alerte sur la banquise!,
John Kotter, Pearson
France, 2008, 160 pages.

Cet ouvrage se présente comme une métaphore: la banquise fond et le héros, un pingouin, veut alerter ses congénères: mais comment? Tout de suite, au risque de semer la panique? Ou après avoir tracé des solutions? «J'aime beaucoup ce livre, parce que c'est une fable où les concepts du management du changement sont bien vulgarisés. C'est comme un roman, explique Genarina Cicala, libraire spécialisée en livres

de management chez Payot à Genève. Ce que j'en ai appris: qu'il vaut mieux s'orienter solution que problème.» Ce livre est parfait pour initier un jeune public aux subtilités du management. «Hier, un patron en a acheté plusieurs pour le Noël de ses apprentis.»



Les 7 habitudes de ceux qui réalisent tout ce qu'ils entreprennent,
Stephen R. Covey,
First Editions, Paris 2005,
352 pages.

Stephen Covey, consultant, part de son expérience pour élaborer sept leçons permettant d'aller de la dépendance vers l'interdépendance, tout en tenant compte de la personnalité du lecteur. «Cet ouvrage est très agréable à lire, car il contient de nombreux exemples et anecdotes, explique la libraire. Il est surtout acheté par les écoles, pour les étudiants en ressources humaines. C'est tout à fait une lecture pour quelqu'un qui n'aurait jamais lu de livre de management.» ■

Dégustez le meilleur de la haute-chocolaterie suisse
associé au meilleur du marketing internet



COMMUNIQUEZ PAR LES 5 SENS !

Le Chocolat@t Interactif Suisse vous permet de communiquer :

- un site corporate pour un évènement d'entreprise
- une video d'information
- un jeu en réalité augmentée
- une vidéo de vœux pour des grands-parents...

COMMANDE POUR VOS CADEAUX D'ENTREPRISE

Nous ne disposons que d'une capacité limitée en décembre : première commande, premier servi.

Prenez contact, nous trouverons ensemble une solution adaptée à votre budget et vos besoins.



Didier PONCIONI
Artisan-Chocolatier
à Genève

Benoit GAILLARD
Entrepreneur Marketing
Internet - WSI