

Les mots de l'entreprise

Les mots de l'entreprise, par François Coulomb
Presses Universitaires du Mirail, 2012, 128 p., 10 euros.

Marc Mousli

Alternatives Economiques n° 312 - avril 2012



L'heure des choix

— avril 2012 —

L'entreprise en 120 mots et autant de pages. L'auteur a réussi à relever ce défi de belle façon. L'intérêt d'une approche par les mots du management, c'est de montrer à quel point la discipline elle-même et les termes qu'elle utilise sont flous. La connaissance profonde qu'en a François Coulomb lui permet de montrer le décalage fréquent entre les mots et les réalités qu'ils recouvrent - ou qu'ils cachent : dans l'article " Jargon " il cite Jaurès : " *Quand les hommes ne peuvent plus changer les choses, ils changent de mots.* " Changer de mots est une pratique que les consultants et les théoriciens du management ont élevée à la hauteur d'un art, construisant des modes éphémères autour de la " reconfiguration des processus ", du *benchmarking* ou de l'*empowerment*. D'où l'intérêt de ce petit ouvrage qui aide à éviter les pièges de la fausse nouveauté et de la langue de bois.

Les mots de l'entreprise, par François Coulomb
Presses Universitaires du Mirail, 2012, 128 p., 10 euros.