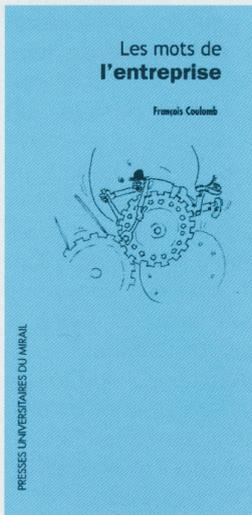


Note de lecture

« Les mots de l'entreprise »

François Coulomb, Presses universitaires du Mirail (PUM), 128 pages, 10 €

François Coulomb, ancien élève de l'ENS Cachan, agrégé d'économie et gestion et docteur en sciences économiques enseigne en classe préparatoire au DCG au lycée Ozenne de Toulouse. Il est auteur de plusieurs ouvrages d'économie et de management.



Cet ouvrage est disponible en librairie - Il peut aussi être commandé aux :

Presses Universitaires du Mirail
Université de Toulouse II
Le Mirail
5, allées
Antonio Machado - 31058
Toulouse cedex 9

Tél. 05 61 50 38 10
Fax 05 61 50 38 00
Site web : <http://w3.univ-tlse2.fr> - e-mail : pum@univ-tlse2.fr

La littérature d'entreprise est largement dominée par une approche codée, volontiers abstraite, alors que son objet est éminemment concret ; elle fait la part belle à des théories souvent contredites par l'expérience ; elle utilise des concepts sensibles aux effets de mode et trop peu contextualisée, elle propose une vision de l'entreprise passant rapidement sur certaines dimensions économique et sociale ; enfin, elle tend à sous-estimer les « maux » de l'entreprise, particulièrement prégnants en période de crise. Bien des enseignants en management ressentent ces manques dans le cadre de leurs enseignements, particulièrement à l'heure de questionnements profonds liés à la crise économique.

L'objectif de l'ouvrage est de montrer que la forme dominante du management est marquée par un certain nombre de postulats renvoyant à une vision de l'économie souvent contestée.

La **méthode de travail** adoptée est la suivante : la définition usuelle du terme dans le registre managérial est confrontée aux regards contradictoires et parfois opposés émanant des milieux économiques ou gestionnaires eux-mêmes ou encore de disciplines a priori plus étrangères à l'entreprise telles l'histoire et la sociologie. Le recours à l'étymologie, régulièrement convoquée, réserve parfois des surprises. Le but est de rendre compte de ces mots dans toute leur densité, de pointer la spécificité des réponses données par le management contemporain et de mettre en exergue les enjeux forts qui leur sont attachés.

La **liste de mots** retenue est nécessairement sélective, le format de la collection interdisant toute exhaustivité. Y figurent d'abord des termes propres aux gestionnaires (*diagnostic stratégique, rentabilité,*

marketing) ou aux économistes (*capitalisme, concurrence, économies d'échelle*) quand d'autres relèvent d'un champ plus sociologique (*discrimination*), psychologique (*motivation*) ou historique (*dynastie*). L'accent est mis sur des **problématiques** intéressantes particulièrement les grandes entreprises. Le quotidien des entreprises n'est cependant pas oublié (avec des mots comme *bilan, chiffre d'affaires* ou *impôt*) et quelques entrées sont spécifiquement

consacrées aux petites entreprises (*PME, microentreprise*).

Les Mots de l'Entreprise proposent aussi **une traduction** systématique, généralement du français vers l'anglais, mais quelquefois en sens inverse compte tenu de la forte présence de termes anglo-saxons dans le parler d'entreprise. Ce travail de traduction permet de rappeler la domination des valeurs anglo-saxonnes, mais aussi de souligner des différences d'approches théoriques et pratiques d'un pays à un autre.

Cet ouvrage s'adresse aux étudiants des filières gestion, à tout personne intéressée par le thème de l'entreprise mais aussi et surtout aux **enseignants qui assurent des cours de management** ; ils pourront y trouver différentes ressources précieuses dès lors qu'il convient de « monter » ou de réactualiser un cours : définition de concepts, traduction de mots, chiffres clés, exemples d'entreprise, citations, liste très ramassée en fin d'ouvrage d'indications bibliographiques... Chaque mot devient une **fiche « mot »** utilisable avec des élèves ou des étudiants et constituant selon la pédagogie de chacun, un point de départ ou d'arrivée d'un cours !

Ce peut être aussi une « lecture plaisir » car l'ouvrage peut se lire comme une « histoire » des entreprises dans un ton alerte non dénué d'humour.

« à l'heure de questionnements profonds liés à la crise économique »