

Chronique bibliographique

par Aurélien Rouquet
Professeur de Logistique à NEOMA Business School

Il est des ouvrages qui méritent qu'on s'y arrête, c'est à coup sûr le cas de celui d'Olivier Meier¹, *Cultiver ses différences et celles des autres*, publié le 5 octobre 2023 aux Éditions EMS. Je remercie tout particulièrement mon confrère, le Professeur Aurélien Rouquet, qui est également depuis septembre 2021, le rédacteur en chef de la *Revue française de gestion*, de nous offrir une recension particulièrement complète de cet ouvrage marquant.

Ph. N.



Depuis quelques années, les recueils de chroniques publiés dans les médias par des enseignant(e)s-chercheur(se)s en management se multiplient. Signe de la place de plus en plus importante prise dans le champ des sciences de gestion par la question de la valorisation, ces recueils prennent de multiples formes. Parfois, ils sont le fruit d'un travail collectif, comme le furent les chroniques rassemblées dans *La*

logistisation du monde (Fabbe-Costes et Rouquet, 2019), publiées mensuellement par l'équipe du Centre de Recherche sur le Transport et la Logistique (CRET-LOG) pendant plusieurs années au sein de la revue *Supply Chain Magazine*. Mais le plus souvent, ces recueils rassemblent des textes d'un seul et même auteur, à partir d'un matériau qu'il a publié sur divers supports médiatiques (Paché, 2021), ou bien qu'il a pendant plusieurs années, rédigé à destination d'un média donné (Hatchuel, 2021).

C'est à cette dernière catégorie qu'appartient l'ouvrage d'Olivier Meier, *Cultiver ses différences et celles des autres*. Pour un management de la distinction atypique, publié récemment aux Éditions EMS. Dans ce recueil, sont ainsi réunis les textes des chroniques vidéos réalisées pour Xerfi Canal par Olivier Meier depuis plusieurs années. Le recueil est publié dans une nouvelle collection des Éditions EMS dédiée aux Chroniques Xerfi Canal, et paraît en même temps que deux autres ouvrages, signés Isabelle Barth (2023) et Benoit Heilbrunn (2023). Ces trois ouvrages font

suite à un premier recueil de chroniques Xerfi Canal publié par Frédéric Fréry (2020) aux éditions *Harvard Business Review*, et seront certainement suivis par d'autres.

Azusa Kato Les chroniques réalisées par Olivier Meier pour Xerfi Canal sont ici rassemblées en quatre parties, avec des titres volontairement engageants : 1) assumer de ne pas être comme les autres managers ; 2) du droit à la paresse à l'impératif culturel ; 3) déviances, échecs, ruptures ; 4) non, les décisions ne sont pas (toujours) rationnelles. Intellectuellement, elles s'appuient sur les nombreuses publications académiques de l'auteur sur le thème notamment des fusions acquisitions, de l'entreprise familiale, du management international, et des apports des sciences sociales au management. Olivier Meier prend également appui pour rédiger certaines de ces chroniques sur des ouvrages et articles publiés par des collègues, comme par exemple le livre de Navi Radjou et ses collègues (2012), *L'innovation Jugaad*.

1. Meier, Olivier, et Guillaume Schier (2020). « Les déterminants des stratégies. « Best in Class » RSE dans les entreprises européennes », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 303-304, no. 3-4, 2020, p. 81-94. Meier, Olivier, Mathilde Brière, et Jeanne Le Roy (2019). « Le rôle de la norme dans la performance individuelle des salariés : perspective de réductions des injonctions paradoxales organisationnelles », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 296, no. 2, 2019, p. 11-22.

Pour un enseignant-chercheur, l'art de la chronique à destination des managers est un art difficile. L'objectif à atteindre est de se faire entendre, sinon il ne sert à rien de les écrire ! Cela suppose d'adopter un langage clair, et surtout de réussir à capter l'attention de managers dont le temps est compté, et qui en un clic peuvent passer à autre chose. Le danger est alors pour l'auteur des chroniques de laisser de côté toute ambition académique, et de tomber dans un discours qui ne vise qu'à créer de l'audience au détriment du fond. Il faut ainsi un talent certain pour faire passer dans des chroniques de quelques minutes (vidéos) ou quelques lignes (textes) les résultats issus de travaux académiques qui par définition présentent un certain niveau de complexité et dont les conclusions se résument difficilement en idées simples. Ce talent, Olivier Meier le possède, et l'on prend un plaisir et un intérêt certain à lire ses chroniques. On le prend d'autant plus que ces chroniques abordent de front nombre d'enjeux contemporains qui se posent aujourd'hui aux entreprises et à leurs managers : l'essor des sociétés à mission, et l'importance de ce nouveau dispositif pour redonner du sens au travail, ainsi que les risques potentiels qu'il présente ; la gestion de la nouvelle catégorie d'employés que sont les « slashers », qui passe par la mise en place de principes différents de management en vue d'animer, motiver et fidéliser ces acteurs qui sont aujourd'hui indispensables à l'innovation ; les stratégies en vue de légitimer son management face aux équipes virtuelles qui se développent à l'heure du télétravail et des applications zoom et teams, etc.

Dans la lignée de Flaubert et de son fameux *Dictionnaire des idées reçues*, Olivier Meier s'attache également à prendre le contrepied de certains points de vue dominants sur le management contemporain. Il met en avant l'intérêt que présente l'introversion en vue de devenir un bon manager, notamment car le manager introverti aura moins tendance à se disperser dans des activités superficielles ; se fait critique de la tendance qu'ont les futurs recrutés au cours des entretiens à vanter leur perfectionnisme (en vue en fait de souligner leur qualité de détermination et de sérieux), en rappelant que oui, le perfectionnisme présente de nombreux défauts et conduit souvent ceux qui en souffrent à ne jamais finaliser les projets. L'intérêt des chroniques est également de défendre, à l'heure des vidéos TikTok de quelques secondes, et des textes générés en deux prompts par ChatGPT, l'importance pour les managers de ne pas céder au tout digital, et de se construire une véritable culture générale. En lisant des livres, indispensables pour mettre à jour leurs connaissances et leurs compétences ; en acceptant de s'ennuyer, l'ennui étant en effet une étape clef en vue de développer sa créativité, et de se pousser à sortir du cadre de son existence ; en s'intéressant à toutes les cultures du monde, chacune possédant ses traits et caractéristiques, et pouvant être une source d'inspiration pour des managers qui évoluent de plus en plus dans un monde multiculturel.

Au-delà de ces trois aspects auxquels j'ai été particulièrement sensibles, le ou la professionnel(le) pratiquant le management trouvera dans ce recueil

de chroniques nombre d'idées et d'inspirations supplémentaires en vue de réfléchir et de faire évoluer ses pratiques. L'ouvrage accompagnera d'autant mieux la réflexion managériale, que comme c'est le cas pour tout recueil, les chroniques pourront ou bien être lues dans leur intégralité les unes à la suite des autres, ou bien picorées une par une en fonction des intérêts du lecteur... lecteur qui s'il le souhaitera pourra également revenir aux vidéos originales publiées sur Xerfi Canal !

Références bibliographiques

- Barth, I. (2023), *Le management est mort. Vive le management !*, Éditions EMS, Chroniques Xerfi Canal.
- Fabbe-Costes, N., & Rouquet, A. (Eds.). (2019). *La logistisation du monde : chroniques sur une révolution en cours*. Presses universitaires de Provence
- Fréry, F., (2020). *100 idées Impertinentes pour mieux manager*. Harvard Business Review.
- Hatchuel, A. (2021). *Ce que gérer veut dire : voyage à travers les dérives et les réinventions de l'entreprise contemporaine*. Chroniques (Le Monde 2004-2020). MA éditions.
- Heilbrunn, B. (2023), *Mystifications marchandes*, Éditions EMS, Chroniques Xerfi Canal.
- Paché, G. (2021). *La société malade de la Covid-19 : regards logistiques croisés*. Presses Universitaires d'Aix-Marseille.
- Radjou, N., Prabhu, J., & Ahuja, S. (2012). *Jugaad innovation: Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth*. John Wiley & Sons.