

CriM

*Sous la direction d'Anne Pezet et de Samuel Sponem*

# Petit bréviaire des idées reçues en management

Logo

**Remerciements.** Nous aimerions remercier ici tout particulièrement Alain Burlaud et Bernard Colasse qui nous ont inspirés et soutenus en bien des occasions. Ce livre doit beaucoup aux idées et à l'esprit qu'ils ont su nous transmettre.

Nous remercions aussi très chaleureusement Stéphanie Laguérodié pour son soutien actif et décisif au commencement de cette aventure.

**S**i vous désirez être tenu régulièrement informé de nos parutions, il vous suffit de vous abonner gratuitement à notre lettre d'information bimensuelle par courriel, à partir de notre site **[www.editionsladecouverte.fr](http://www.editionsladecouverte.fr)**, où vous retrouverez l'ensemble de notre catalogue.

ISBN 978-2-7071-5639-6

En application des articles L. 122-10 à L. 122-12 du code de la propriété intellectuelle, toute reproduction à usage collectif par photocopie, intégralement ou partiellement, du présent ouvrage est interdite sans autorisation du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris). Toute autre forme de reproduction, intégrale ou partielle, est également interdite sans autorisation de l'éditeur.

© Éditions La Découverte, Paris, 2008.

# Introduction

Anne Pezet, Samuel Sponem

Il faut laisser les marchés financiers s'autoréguler ; le marketing répond aux besoins des consommateurs ; les syndicats français sont contre-productifs ; on ne gère bien que ce que l'on mesure ; la maximisation du profit pour l'actionnaire, c'est l'objectif naturel de l'entreprise ; cette entreprise est performante : elle fait des bénéfices !

En 2003, les *Éconoclastes* nous livraient la première édition du *Petit bréviaire des idées reçues en économie*<sup>1</sup>. Les idées reçues étant indubitablement abondantes dans toutes sortes de domaines, le monde du management n'échappe pas à cette règle. Plus encore, la vitesse de propagation des discours managériaux et des méthodes de gestion dans toutes les sphères de la société, les entreprises, bien sûr, mais aussi les administrations ou les associations, rend urgente la nécessité de se pencher sur ces vérités non discutées, véhiculées tant par les dirigeants que par les politiques, les responsables associatifs ou encore les journalistes.

Trop souvent, les discours sur le management sont manichéens. On trouve ainsi, d'un côté, des praticiens du management, des associations professionnelles et des consultants (et trop souvent certains chercheurs, universitaires et enseignants en écoles de commerce) qui portent un discours technique et enthousiaste sur le management. De l'autre, c'est une critique acerbe et dénonciatrice qui se développe au travers de *best-sellers* éditoriaux. Cependant, les alternatives proposées par cette dénonciation du management sont peu convaincantes : elles se limitent trop souvent à des incantations ou au cynisme (l'appel à la paresse, par exemple). Face à cette charge souvent très médiatique contre le management, nous proposons de réinterpréter la fatigue des élites ou le blues des cadres en adoptant un regard technicien et critique ; non pas pour prendre la défense du management ou le vouer aux gémonies, mais pour en identifier et en évaluer les ressorts profonds. Cette démarche a pour objectif de donner les moyens à tous ceux qui sont confrontés au management de décrypter les discours et de

---

<sup>1</sup> LES ECONOCLASTES, *Petit bréviaire des idées reçues en économie*, La Découverte, Paris, 2003.

leur permettre de changer les pratiques ou leur regard sur ces pratiques. Ce livre peut ainsi être utile à toute personne en situation de travail ou aux étudiants en management exposés à un savoir présenté comme technique et indiscutable.

Afin d'ouvrir la boîte noire du management et de lancer les termes d'un débat utile à la société, nous souhaitons faire œuvre critique en considérant, selon les termes de Michel Foucault, que « la critique ne consiste pas à dire que les choses ne sont pas bien comme elles sont. Elle consiste à voir sur quels types d'évidences, de familiarités, de modes de pensée acquis et non réfléchis reposent les pratiques que l'on accepte<sup>2</sup>. » Or, si le management est souvent critiqué, les méthodes et outils du management ne font, quant à eux, que rarement l'objet de débat. Présentés comme neutres, ils sont *a priori* supposés porteurs de rationalité et d'efficacité, « technologie invisible<sup>3</sup> » dont on fait peu de cas. Il nous semble que cette neutralité n'est qu'apparente et que ces dispositifs reflètent en partie des croyances partagées dans la société à une époque donnée. Le postulat de cet ouvrage est donc que les idées reçues en management reposent le plus souvent sur l'utilisation de méthodes ou techniques, telles celles de la comptabilité et du contrôle, de la gestion des ressources humaines, du marketing, de la stratégie, etc. Pour comprendre le caractère impérialiste du management et ses effets sur les comportements individuels, sur les rapports sociaux et, plus largement sur l'économie il faut donc comprendre les savoirs techniques qui sous-tendent le management.

L'originalité de l'ouvrage repose ainsi sur la mobilisation des savoirs techniques en management au service d'un projet critique de démontage des discours et des méthodes du management. L'initiative en revient au réseau de recherche CriM (Critique et Management) qui a pour objet de regrouper des chercheurs soucieux de porter un regard nouveau sur le management, ses méthodes et leurs conséquences. La plupart des auteurs de cet ouvrage sont enseignants-chercheurs en sciences de gestion dans des universités ou des grandes écoles de commerce et s'interrogent sur leur pratique : comment permettre aux étudiants de prendre du recul sur les techniques

---

<sup>2</sup>. M. FOUCAULT, *Dits et écrits, 1954-1988*, volume IV, Gallimard, Paris, 1994. p. 180.

<sup>3</sup>. M. BERRY, *Une technologie invisible ? Le rôle des instruments de gestion dans l'évolution des systèmes humains*, Ecole Polytechnique, Paris, 1983.

enseignées ? À qui s'adresse la recherche en management, aux seuls dirigeants d'entreprise ou, plus largement, à la société ?

L'objectif visé est de donner à chacun les moyens de débattre sur des décisions de management qui dépassent souvent la sphère purement privée. Dans la perspective ouverte par les recherches en anthropologie des sciences<sup>4</sup>, notre ambition est de donner aux acteurs les termes d'un débat démocratique autour du management et de ses méthodes.

---

<sup>4</sup>. M. CALLON, P. LASCOUMES, Y. BARTHE, *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Le Seuil, Paris, 2001.