



LIVRES

KIOSQUE >>> Par Philippe Dayan

« Pourquoi eux ? Les secrets d'une ascension - Paroles de dirigeants » par Frédéric Marquette

L'argument : À formation équivalente, quels sont les ressorts, les circonstances ou les talents personnels qui permettent à certains managers de sortir du lot et d'accéder à la direction générale, voire à la Présidence d'un grand groupe ? Existe-t-il un code génétique de la réussite ? Comment gèrent-ils leurs carrières, leurs réseaux et leur vie personnelle ? Femmes dirigeantes : des parcours, des freins et une approche du management spécifiques ? Après un premier ouvrage « 100 jours pour réussir » (Éditions Alisio) présentant les meilleures pratiques pour réussir les 100 premiers jours d'une prise de poste, Frédéric MARQUETTE s'attache à déterminer dans ce second livre les moyens d'accéder aux plus hautes fonctions. Écrite à l'attention de ceux qui veulent gravir les échelons, cette enquête d'un genre nouveau, basée sur les témoignages de 50 dirigeants issus de secteurs différents et enrichie par les perspectives récentes des neurosciences, révèle les secrets de la réussite aujourd'hui.

Éditions Alisio, 23 €



« Luxe. Nouveaux challenges, nouveaux challengers » par Jean-Noël Kapferer

L'argument : Jamais le luxe n'a été confronté à des challenges aussi existentiels qu'aujourd'hui. Il en sortira nécessairement transformé. Premier challenge, celui du succès, le tsunami de la demande mondiale de luxe : comment alors concilier croissance et rareté ? Les stratégies de rareté abondante et l'artification du luxe montrent la voie. Challenge des nouvelles technologies et leurs extraordinaires potentialités expérientielles pour un secteur qui fonde son storytelling sur l'héritage, l'artisanat. Or les clients du luxe, chinois et millenials, ont eux totalement intégré les innovations technologiques et le digital dans leur vie, et fait le succès des challengers qui les portent. Challenge du développement durable : comment intégrer cet impératif dans la chaîne de valeur des marques de luxe ? Cela redéfinit la conception même du luxe. Challenge de la mondialisation qui conduit des entreprises de luxe jusqu'ici indépendantes à entrer dans des groupes. Comment alors préserver leur identité tout en bénéficiant des synergies de groupe ? Avec quelle gouvernance ? Challenge de la Chine, enfin, par sa population hyper connectée, sa soif de nouveauté, de mode et de statut. Sans négliger les marques de luxe chinoises qui émergent déjà dans tous les secteurs. L'ouvrage aborde, sous un angle nouveau, ces défis du luxe et se penche sur leurs conséquences pour le management des entreprises et groupes du luxe aujourd'hui, ainsi que sur la gouvernance de ces groupes multimarques. L'enjeu est de défendre l'écart entre le luxe et ceux qui veulent lui ressembler.

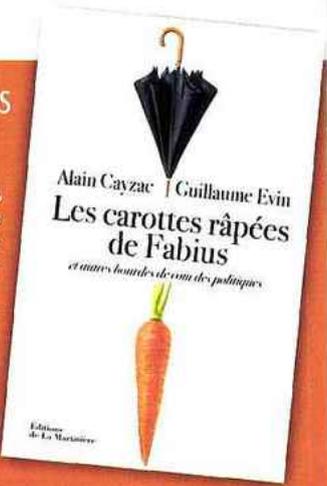
Éditions Eyrolles, 304 pages, 27€



« Les carottes râpées de Fabius ... et autres bourdes de com des politiques » par Alain Cayzac et Guillaume Evin

L'argument : Le moins que l'on puisse dire, c'est que depuis ses débuts, notre Ve République n'en manque pas de ces fameuses bourdes, à commencer par celles commises par ses plus éminents représentants. Rappelons-nous 2003, année où Laurent Fabius, qui n'a pas remis ses ambitions présidentielles, publie un livre pour rétablir son image, jugée trop hautaine et arrogante. Il se livre « sans barrière, sans protocole ». Mais pousse peut-être un peu trop loin l'affaire en confiant ne pas rater une seule diffusion de la Star Academy, « ce conte de fée moderne », et adorant les carottes râpées... Dix ans avant la présidence normale, ce coup de com' manque son but et lui vaut, aujourd'hui encore, de jolis sarcasmes. Ou bien encore ce que l'on se remémore sous la formule des « parapluies de François ». Le début de mandat de François Hollande a en effet été ponctué de nombreux épisodes de commémorations « arrosées ». Ainsi, sur l'île de Sein en août 2014 où Hollande, voulant se donner la stature d'un homme bravant l'adversité et les éléments, se tient stoïque, sous la pluie, refusant le parapluie mis à sa disposition. « Quand on est président de la République, on ne se protège pas. » Certes, mais les journalistes et l'opinion retiendront l'image d'un pauvre homme trempé jusqu'à l'os, les lunettes embuées, plutôt que celle de sa bravoure. Sans parler de Giscard et son « au revoir » solennel et grotesque, après la défaite de 1981, de Fleur Pellerin et sa (non) lecture du Prix Nobel Patrick Modiano, d'Edith Cresson et sa vision éclairée des marchés financiers (« La bourse, j'en ai rien à cirer ! »), d'Emmanuel Macron, de Nicolas Sarkozy, de Nathalie Kosciusko-Morizet... Tous ont péché par excès ou manque de communication. Au total, ce livre recense une quarantaine de « bourdes », racontées avec humour et commentées par l'expert en communication Alain Cayzac. Un régal !

Éditions de La Martinière, 256 pages, 15 €.



« Osez sortir du rang ! Comment les esprits originaux changent le monde » par Adam Grant (traduit de l'américain par Jean-Yves Katelan)

L'argument : Comment améliorer le monde en réfléchissant d'une façon nouvelle, à l'encontre des idées reçues, en combattant les conformismes et en rejetant les traditions désuètes ? Tel est l'axe principal de la réflexion menée par ce consultant et conférencier américain à travers cet ouvrage. Une véritable exploration de la manière dont on reconnaît une bonne idée, des meilleurs arguments pour la défendre sans être réduit au silence et de l'identification des pistes de changement. Ce, en s'appuyant sur des études de cas surprenantes et des anecdotes tirées du monde de l'entreprise, de la politique, du sport, du cinéma ou de la télévision. Il raconte par exemple le parcours d'un entrepreneur à succès qui présente les raisons de ne pas investir dans ses projets. Mais aussi l'histoire d'une femme qui a remis en cause une décision de Steve Jobs alors qu'elle était trois échelons plus bas dans la hiérarchie d'Apple. Ou bien encore les récits d'une agent de renseignement qui a remis en question la politique du secret à la CIA, d'un gourou de la finance milliardaire qui licencie les employés oubliant de le critiquer ou bien encore celle du producteur de télévision qui a évité à la série Seinfeld d'être enterrée prématurément. Une lecture en forme de véritable itinéraire initiatique aussi utile pour les parents qui peuvent ainsi y apprendre la meilleure approche pour favoriser un esprit original chez leur enfant que pour les dirigeants en quête d'outils les plus adaptés pour combattre la pensée unique et les amener à bâtir une culture d'entreprise ouverte aux idées neuves.

Éditions deboeck supérieur, 360 pages, 22,50 €.