

# PRÉFACE

Un vocabulaire est un recueil de mots relevant d'un domaine spécifique de la connaissance ou de l'activité humaine. Le management risque aussi de devenir tellement abscons que l'idée de ce vocabulaire est bienvenue même s'il rompt avec la norme de l'ordre alphabétique. Le management touche à l'homme et tous les domaines de la connaissance qui partagent cette caractéristique ont en commun d'utiliser des mots clairs pour tout le monde mais aux définitions différentes pour chacun. On ne connaîtra pas dans le management le sort de Babel, puisque sans parler la même langue, ce vocabulaire nous permettra de nous comprendre car il donne du sens aux mots.

Une critique possible à l'idée d'un vocabulaire serait justement de vouloir fixer le langage et viser à l'idée réconfortante d'un unanimité possible. Ce vocabulaire évite ce risque en proposant des termes assez généraux et en fournissant de manière pertinente les notions ou concepts qui leur sont liés. Les traductions proposées ne servent pas seulement le manager pressé de s'exprimer dans une autre langue de travail, elles servent aussi à l'apprenti linguiste pour affiner et comparer les notions entre elles. Nous disposons ainsi progressivement non seulement de définitions mais des distances, et différences qui permettent d'apprécier les notions les unes par rapport aux autres, comme si ce vocabulaire conduisait à une cartographie conceptuelle et sémantique, où chaque point existe par rapport aux autres.

Sans doute le caractère collaboratif de ce travail a aidé à construire cette carte tout comme, bien entendu, la maturité et la longue expérience de son auteur dont on sent

les références théoriques même si, pudiquement, aucune théorie générale du domaine nous est proposée.

Ceci conduit donc à s'interroger sur l'utilité de ce vocabulaire et sur l'usage qui en sera fait. Car l'ouvrage n'est pas seulement l'aboutissement d'une expérience et d'une réflexion sur le domaine du management. C'est aussi un outil facile d'usage qui permet, dans une équipe ou dans une classe, de faire un vrai travail sur les mots, les concepts et donc la réalité du management. Travailler sur les mots, les confronter à leurs proches, c'est un moyen de construire une vision commune de la réalité et de l'action. Récemment, des spécialistes du secteur agroalimentaire mentionnaient leur difficulté avec des salariés qui ne disposaient pas du vocabulaire pour décrire et communiquer sur le goût. Cet ouvrage permet d'éviter qu'il en aille de même dans le domaine du management.

Maurice Thévenet

Professeur à Essec Business School

Délégué Général de la Fnege