

CHRONIQUE



Laurent Maruani
Professeur à HEC, maître de conférences à Polytechnique

Enseigner le management en période de crise

Si la crise n'était qu'économique, l'enseignement du management trouverait immédiatement ses nécessaires adaptations. Mais la crise que nous vivons est aussi une contraction sociale, politique et relève sans doute d'une forme de questionnement humaniste face à la technologie et à la financiarisation de l'économie. Dès lors, la question de l'enseignement du management est nécessairement enrichie par cette nouvelle donne, sauf à la supposer très provisoire et préjudant un retour à la « normale ».

À notre sens, il n'en sera rien, ne serait-ce que pour des raisons techniques qui sont les suivantes :

– Le développement du Web comme canal de création, de communication et de distribution des affaires modifie et concurrence les métiers les plus traditionnels.

– La croissance verte se transforme déjà en une législation nationale, européenne et peut-être mondiale, grandissante en volume, complexe en nature, et qui limitera la croissance en volume, les espoirs mis dans le PIB vert étant de nature plus qualita-

tive que quantitative.

– La crise n'amènera pas un renoncement à la productivité, dont les effets réducteurs d'emplois seront plus visibles en période de décroissance.

Il importe donc d'innover dans la pédagogie du management. Pour notre part, nous estimons que, sur le socle établi de connaissances, méthodologies et techniques, nous devons accompagner, accélérer et conforter tout ce qui permettra de retrouver une croissance non plus optimale au sens de maximale, mais plus modestement acceptable, techniquement, économiquement, mais surtout socialement, avec un consensus large tant en France qu'à l'étranger.

Bien qu'il soit encore tôt pour être affirmatif et déjà tard pour commencer à agir, nous entrevoyons les quatre pistes stratégiques suivantes :

1. Soutenir par l'enseignement toutes les volontés de développements innovants en garantissant

trois choses indispensables : leur valeur, la limitation des risques économiques, et enfin en mettant la chronologie des décisions dans le bon ordre. Cette approche demandera par exemple une gestion multidisciplinaire de la propriété intellectuelle en la couplant au marketing avec une politique

Sans doute que la grande entreprise, dont la vulnérabilité est prouvée par la crise, aurait aussi à apprendre des petites structures.

d'aide institutionnelle au dépôt de brevets et à la rémunération personnelle des chercheurs.

2. Développer la transversalité non seulement dans son principe mais au travers de pôles qui associent enseignement et recherche

3. Valoriser la recherche en management en privilégiant plus qu'actuellement celles qui débouchent sur des applications cohérentes et non sur des virtuosités mathématiques sans réel lien avec les préoccupations et les comportements effectifs.

4. Associer au sein des cours eux-mêmes les mondes académiques du management et celui des entre-

prises, tout en conservant à la salle de classe son caractère dominant d'apprentissage du savoir.

Ces considérations méritent un encadrement encore plus large pour être applicables et efficaces.

Ainsi les enseignements de management doivent-ils considérer qu'une part croissante des diplômés reprendra ou créera de petites affaires, des entreprises familiales, néanmoins intéressantes et rentables. Certes, nous devons former les futurs cadres des grandes structures internationales, mais aussi des patrons locaux et inciter la recherche à s'y intéresser. Sans doute que la grande entreprise, dont la vulnérabilité est prouvée par la crise, aurait aussi à apprendre des petites structures.

Enfin, il appartient aux enseignants de remplir le contrat moral qu'ils ont avec leurs élèves : parler de tout et sans imposer une idéologie autre que celle du débat ouvert et de la liberté de parole de chaque élève. La crise a suffisamment montré l'échec des idéologues du taux de profit à 15 % quand la croissance cumulée à la productivité ne dépasse pas 8 %.

TENDANCES

Par Jean-Claude Bourbon

INDICATEUR

Le bonheur, c'était en 2001

► Selon notre confrère *L'Expansion*, le « bonheur intérieur net » (BIN), un indice créé par un centre de recherche canadien, a atteint son plus haut niveau en France en 2001. Cet indicateur, qui est remonté jusqu'à 1980, se présente comme une alternative au produit intérieur brut (PIB), en prenant en compte d'autres facteurs, comme l'égalité sociale et le capital humain, ainsi que des éléments qualitatifs, comme le moral des ménages. En 2001, le chômage s'apprêtait à passer la barre des deux millions de personnes, on était encore dans la bulle Internet et les salariés commençaient à profiter des RTT, détaille le magazine. Depuis le BIN fait du surplace, en raison de l'accroissement des inégalités, alors que le PIB a progressé de 10 %.

TÉLÉCOMS

Nokia se met à l'informatique

► Les téléphones portables ressemblent de plus en plus à des ordinateurs. À partir de ce constat, le numéro mondial des mobiles, le finlandais Nokia, a décidé de se lancer dans la fabrication d'un mini-PC. Ce type de modèles connaît un énorme succès, alors que celui des téléphones devrait reculer cette année. Nokia dévoilera cette semaine le prix de son « Booklet 3G », avec une commercialisation attendue dans les prochaines semaines. Un pari risqué pour le finlandais, qui arrive sur un marché déjà bien encombré, et où les marges sont bien moins élevées que pour les portables.

PRIS AU MOT

Logistique

► Le conseil général de l'Aisne et la région Picardie ont annoncé la semaine dernière la reconversion de la base militaire de Laon-Couvron en une plateforme logistique qui devrait permettre, à moyen terme, la création de 3 000 emplois directs et indirects. La logistique est un secteur économique qui a pris de l'importance avec le développement des échanges internationaux de marchandise. Une entreprise de logistique gère, pour le compte d'autres entreprises, leurs approvisionnements, leurs stocks, préparent leurs commandes, en assurent l'emballage, supervisent l'acheminement... Ces activités nécessitent des espaces importants pour des bâtiments et des aires de stockage facilement accessibles par des norias de camions.

G. G.

L'OBJET

Depuis 1921, la réputation de la rustine ne se dégonfle pas

Apparue dans l'entre-deux-guerres, la rustine, cet aide de camp discret des cyclistes de tout acabit, trace son chemin depuis plus de quatre-vingts ans

La petite boîte rectangulaire en fer-blanc est devenue bien familière : les réserves de rustines, ces rondelles de caoutchouc destinées à boucher les trous des malheureuses chambres à air, ne désertent guère nos ateliers. À tout mal, son remède. Malgré des routes moins rocailleuses, des pneus plus résistants, la rustine, qui hérita du nom de son inventeur Louis Rustin il y a près de quatre-vingts ans, reste utile à la plupart des cyclistes de France et de Navarre. Certes, l'activité des établissements Rustin, florissants au bord de l'eau à La Chartre-sur-le-Loir, dans la Sarthe, s'est depuis tellement diversifiée que la fabrication de l'objet astucieux ne représente plus que 1 % de sa production. L'entreprise familiale experte en caoutchouc multiplie aujourd'hui ses ambitions dans d'autres domaines que la petite reine, comme le secteur ferroviaire : là où le TGV a établi le record mondial de vitesse sur la ligne Paris-Strasbourg à 574,8 km/h le 3 avril 2007, les joints antidéflagrants coincés entre les rames sont d'ailleurs signés Rustin.

Un siècle plus tôt, alors que l'industrie automobile démarre doucement, la bicyclette impose son style. Adoptée par les Français de toutes les couches sociales, la petite reine est adulée. Louis Rustin, lui, ouvre en 1903 un atelier de rechapage des pneumatiques à Paris. La bicyclette n'est pourtant pas qu'un sujet de labour pour ce sportif assidu : l'homme aime à participer aux courses, en amateur. Il mesure d'autant mieux le désagrément des crevaisons, très fréquentes en raison de l'état médiocre des routes. Louis Rustin s'attache alors à trouver une solution de réparation simple et efficace, face à d'autres méthodes peu



pratiques. Dès 1908, il développe un premier dispositif, une bande de cuir à coller à l'intérieur de l'enveloppe des pneumatiques. C'est après la Grande Guerre, que Louis Rustin élabore l'ingénieuse rondelle en caoutchouc. En 1921, il dépose les brevets. Ceux-ci couvrent non seulement les pastilles autocollantes, mais aussi la protection de la couche collante et de la languette qui facilite leur séparation. Et l'invention prend le nom de l'inventeur.

La société parisienne Rustin migre dans la vallée du Loir en 1933 pour rationaliser sa production, soit près de 28 millions de rustines par mois. Très vite, l'accessoire devient si renommé qu'à l'image de Scotch, Frigidaire ou Klaxon, la marque déposée « Rustine » passe dans le langage courant comme nom géné-

La fameuse petite boîte en fer-blanc contenant les rustines.

La petite rondelle de caoutchouc orange et noire a pris le nom de son inventeur, Louis Rustin.

rique. Aujourd'hui, le succès de la rustine perdure. Certes, la rondelle orange et noire est davantage un joli détail de l'histoire pour l'entreprise moderne, actuellement gérée par Louis Rustin, l'arrière-petit-fils du fondateur. Diversifiée dans les années 1950, elle a poursuivi sa lancée dans l'expertise du caoutchouc à une échelle bien plus large. Mais la rustine, dans sa même petite boîte en fer-blanc, se vend toujours très bien.

MARILYNE CHAUMONT

Retrouvez Jean-Claude Bourbon de la rédaction de *La Croix* dans « le magazine de l'économie » présenté par Didier Meillerand sur RCF aujourd'hui à 17 heures pour évoquer l'actualité économique du jour. Rediffusion à 23 heures. Fréquences RCF : 04.72.38.62.10 - www.rcf.fr