

Harvard en français

Par Julien Damon | 26/04 | 07:00



Le propos : La « Harvard Business Review » (« HBR », pour les initiés) est nonagénaire. Et elle devient francophone. Ce périodique de référence, que l'on trouve dans tous les aéroports du monde, fait donc le pari d'un élargissement de son lectorat avec une édition française. Dans cette première livraison, un dossier sur les difficultés et voies de succès pour qu'un manager devienne un dirigeant. Un entretien approfondi avec le **PDG** d'Unilever, qui fait part de son investissement dans le développement durable et qui explique pourquoi il a mis fin au reporting trimestriel. Une analyse de l'irrésistible pénétration du « big data » dans l'entreprise. Une rencontre avec Philippe Starck, qui aime travailler seul, voire nu. Au total, quelques recettes de « prêt-à-manager », mais, surtout, des idées et des données.

L'intérêt : Le monde du management veut assurer à la fois de la réussite et de la scientificité. La première ambition s'évalue aisément. Pour la seconde c'est plus compliqué. La « HBR » ne verse, elle, jamais dans l'académisme inutile. Elle rassemble les résultats de travaux généralement menés à Harvard et/ou publiés par sa maison d'édition. L'édition française publie les meilleures pièces, avec quelques exclusivités supplémentaires (ici un article sur les cadres multiculturels).

Julien Damon