

Le Goff, J.P., *Le mythe de l'entreprise*

Guy Bellemare

Volume 48, numéro 4, 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/050902ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/050902ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département des relations industrielles de l'Université Laval

ISSN

0034-379X (imprimé)

1703-8138 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Bellemare, G. (1993). Compte rendu de [Le Goff, J.P., *Le mythe de l'entreprise*]. *Relations industrielles / Industrial Relations*, 48(4), 779–780.
<https://doi.org/10.7202/050902ar>

Le mythe de l'entreprise, J.P. LE GOFF, Paris, La Découverte/essais, 1992, 308p., ISBN 2-7071-2166-5

L'auteur propose une réflexion critique sur la signification de la notion de culture d'entreprise et au-delà, sur les transformations de l'imaginaire industriel où le développement de notre société ainsi que la place et le statut conférés aux activités économiques et techniques se sont inscrits. Il entend montrer que le discours et les projets de transformation de la culture d'entreprise remettent en question les notions de démocratie et de culture. Le but de sa critique est de redonner « toute son importance à la libre citoyenneté dans l'entreprise comme dans l'ensemble de la société » (p. 13). La thèse de l'auteur est que le management moderniste, à la source des projets de culture d'entreprise, retrouve, sans trop le savoir, des thèmes qui ont accompagné la naissance de l'industrie et de son développement, thèmes qui concernent non seulement l'ordre productif mais aussi la représentation de la société.

La démonstration de cette thèse est construite en deux parties. La première partie présente et critique « l'idéologie managériale » de même que ses outils et mécanismes de motivation. À cette fin, il se livre à une étude de projets d'entreprise formulés par des entreprises en France et à quelques entrevues avec des employés de ces entreprises. Tout au long de cette partie, l'auteur s'emploie à montrer l'ambiguïté et les contradictions de la culture d'entreprise tant au niveau du discours (humaniste-totalitarisme) que de la pratique. « La culture d'entreprise renvoie à une conception étroitement ethnologique de la culture comme ensemble de normes et de valeurs intériorisées par un groupe particulier. Elle ne saurait être confondue avec la culture conçue comme héritage des nations et des civilisations, s'incarnant dans des œuvres, ni avec la culture générale dans le sens de l'éducation [...] La culture d'entreprise, telle qu'elle est développée par le management moderniste, en est précisément la négation. Elle mélange confusément les aspects professionnels et le moralisme, décrète l'autonomie individuelle pour l'encadrer et la dissoudre dans la communauté entreprise, comme le pluralisme et le conflit. Elle constitue une tentative d'intériorisation des normes décrétées par les directions et s'accompagne de techniques de manipulation des individus » (p. 177).

La deuxième partie de l'ouvrage remonte aux origines de cette idéologie. Pour ce faire, l'auteur analyse trois grandes conceptions qui ont eu une influence importante sur tout un courant modernisateur en France : la prophétie saint-simonienne, la théologie du travail, dont les textes récents de Jean-Paul II, et le personnelisme d'Emmanuel Mounier. Il montre que l'industrie capitaliste naissante a connu très rapidement des problèmes d'ordre, de motivation et de légitimité qui ont amené les dirigeants d'entreprise à développer des discours moraux justificateurs de l'ordre existant ou à venir. Développement de la production, œuvre sociale et morale sont étroitement imbriqués dans la bonne conscience des industriels de l'époque et la religion est là pour en garantir la légitimité. Mais par suite des contestations sociales des années 1960-70, puis de la montée de l'individualisme, de la crise économique des années 1980 et de l'échec des projets socialistes en Europe de l'Est et en France, la désillusion s'empare de la population et tous les discours politiques se focalisent sur les problèmes économiques et de l'emploi, marquant la dissolution de la politique dans l'économie. C'est dans le cadre de cette crise des représentations de l'avenir que les syncrétismes les plus divers et les idéologies rétrogrades se développent. Le management moderniste tente de tirer profit

de cette crise en se présentant sous le double aspect de l'éthique et de l'efficacité. Le retour de la morale dans l'entreprise se présente sous les traits de l'éthique, dans une société où les figures traditionnelles de l'autorité, telles que l'Église, l'armée et la famille ont été mises en question. Elle prétend répondre à la fois aux exigences de l'économie moderne et faire de l'entreprise le nouveau lieu du sens qui fait défaut à la société. Le discours managérial moderniste tend à s'étendre et à englober l'ensemble de la société, du politique à l'éducation. Il s'agirait désormais moins de gouverner que de gérer les sociétés. Or, « si le développement économique est bien impensable pour assurer le bien-être, la prospérité et la puissance d'une nation, il ne peut tenir lieu de projet politique et culturel. L'éthique et la morale ne peuvent s'y substituer [...] L'idéologie managériale fleurit sur le vide laissé par l'échec de Mai 68 à construire un projet crédible, tout en reprenant à son compte ses prétentions à "changer la vie" et à en finir avec la contrainte et l'autorité » (p. 279).

Le grand mérite de cet ouvrage est de situer les projets de transformation de la culture d'entreprise à la fois par rapport aux évolutions socio-politiques contemporaines caractérisées par la perte de sens et par rapport aux anciens projets d'entreprise, ce qui permet d'en montrer la continuité. La grande faiblesse de l'ouvrage est de s'en tenir principalement à une analyse des pratiques discursives, analyse qui conduit l'auteur à résumer les projets de culture d'entreprise à une manipulation du personnel des entreprises de la part des gestionnaires. Or, on connaît relativement peu de choses sur la mise en application de ces projets de culture d'entreprise. Rien n'indique que cette manipulation réussit. Par ailleurs, les concepts utilisés mériteraient d'être définis. Ainsi, la notion de patronat moderniste pourrait être remplacée par celle de nouveau patronat ou de nouveau discours patronal sans que le sens du propos en soit modifié. Si on réfère au sens habituel de modernité, on peut dire que le discours saint-simonien est moderne tout comme celui de F.W. Taylor. Ce flou conceptuel se trouve également dans la notion de management où la gestion est présentée comme étant parfois un bloc uni et parfois divisée selon les niveaux hiérarchiques. Or cette distinction est importante car elle peut nous permettre de déterminer à qui s'adresse en premier le discours sur la culture d'entreprise : les salariés ou les cadres de différents niveaux et fonctions. Finalement, l'écriture de cet essai aurait pu être resserrée afin d'éviter les redites et longueurs.

Cet essai présente des pistes de réflexion intéressantes qui méritent d'être approfondies par les chercheurs intéressés au débat sur la culture d'entreprise et les nouveaux modes de gestion du personnel. L'ouvrage constitue une référence intéressante dans le cadre de cours avancés en sociologie du travail et en gestion des ressources humaines. De plus, il constitue une référence obligée pour tous les gestionnaires de premier niveau et les cadres intermédiaires qui constituent souvent les premiers groupes visés et désillusionnés par l'appareillage méthodologique (stages, thérapies de groupe, etc.) qui accompagne ces projets de culture d'entreprise et dont l'auteur analyse le fonctionnement.

Guy BELLEMARE

Université du Québec à Hull