



LE TAGÈTE

Vol. 1 n° 23, 1 décembre 2011

Marcel JB Tardif

Plante herbacée cultivée pour ses fleurs ornementales jaunes ou orangées à senteur poivrée, appelée communément oeillet.

STRIKE OIL

John Paul Getty, l'homme le plus riche de son temps, répondit un jour à quelqu'un qui lui demandait la recette de son immense fortune: 'Strike Oil'ⁱ. Bien sûr, on pourrait arguer que la réplique, venant du magnat du pétrole (1892 -1976), était simpliste. En fait, il n'en était rien. Mais s'il avait voulu répondre avec circonvolution, sans doute aurait-il dit, comme Peters et Watermanⁱⁱ: 'Stick to the knitting'. En d'autres mots, faites ce que vous faites le mieux, parce que c'est ce que vous maîtrisez le mieux. Non seulement on est généralement plus heureux à le faire, mais on le fait avec brio. D'où le succès de l'affaire. Ce qui tendrait à démontrer que le succès, ce n'est pas l'entêtement (l'acharnement) qui le procure, mais l'engagement que permet la quiétude d'esprit de l'exécutant heureux dans son travail.

En matière de gestion, de politique de gestion des affaires pour plus de précision, l'invite *Strike Oil* renverrait à l'exhortation à miser sur le bon cheval de bataille. La formule gagnante, en termes de modes, de méthodes et de pratiques de management. Or, nos dirigeants dans le secteur privé, comme nos dirigeants dans le secteur public, s'ils excellent au remplacement accéléré des recettes de gestion ne s'illustrent pas en réussite récurrente de conduite des affaires. Leur taux d'échec est à la hauteur de leur propension à passer d'une formule soupe-du-jour à l'autre, dans l'adoption des préceptes de gestion que leur propose un marché non pas tant d'idées réfléchies mais de solutions-qui-rapportent gros à leurs auteurs.

Le moins que l'on puisse dire, c'est que les adeptes de *fads*ⁱⁱⁱ, parmi l'aréopage de nos dirigeants d'entreprise privée et d'organisation publique, sont prompts à répondre aux appels, aux incantations, aux recommandations, comme aux admonestations, de gurus du management qui résonnent d'autant plus vides que leur discours raisonnent à vide. Les formules pullulent, qui prédisent des lendemains qui chantent, à ceux qui n'ont pas encore appris à solfier. Les fausses notes se répètent, sans que le registre ne s'ajuste pour autant. Personne n'ose leur dire leur fait, parce que tous sont parti prenante du même concert de platitudes. On suit la même partition, comme si le fait d'être en harmonie avec la cacophonie nous rendrait moins susceptibles de détonner à chaque mesure de la mélodie entamée.

Plus d'un n'a jamais réussi le *Strike Oil*, plusieurs ayant mieux fait au *Strike Out*. Le malheur, c'est que nombreux sont ceux qui ne savent pas la différence, s'imaginant être sur le terrain de baseball alors qu'il ne sont toujours que sur celui de l'enclos de réchauffement. La balle est très certainement dans leur court, comme on dit au tennis; le malheur c'est qu'il ne réalisent pas que le jeu consiste à retourner le service qui vient d'en face. La balle au bon(d) !

ⁱ Kay, J., (2011), *Obliquity*, Why our goals are best achieved indirectly, p. 162.

ⁱⁱ Peters, T.J. et Waterman Jr., R.H., (1982), *In Search of Excellence*, Lessons from America's Best-Run Companies, Harper & Row Publishers, p. 15.

ⁱⁱⁱ Ces mots à la mode, qui sont censés tout dire du changement qu'ils sous-tendent, finissent par être des expressions fourre-tout où tout et rien y entre et tout et rien en ressort.