



Humanisme

Docteur en psychologie, Jacques Lecomte a déjà signé un best-seller sur la bonté humaine. Cette fois, il veut montrer que les entreprises ont tout à gagner à se montrer « humanistes ». Il commence par recenser les ingrédients du bonheur et de la motivation au travail. Dénonçant au passage les effets des primes à la performance, il prône « la bienveillance comme source de joie et d'efficacité » ou encourage, en cas de conflit, la reconnaissance de « l'humanité des deux adversaires ». Lecomte s'appuie sur la pyramide régulatrice de Braithwaite – « révolutionnaire » – qui consiste à prati-

quer, face à un dirigeant vertueux, dialogue et persuasion, face à un calculateur égoïste,



la dissuasion, et face à un individu irrationnel ou incompetent, l'interdiction d'exercer. Il rend enfin un vibrant

hommage à l'économie sociale et solidaire, et tente de démontrer que les entreprises peuvent œuvrer au bien de la planète tout en gagnant de l'argent. Sa conclusion : « Et si on changeait maintenant ? »

Les Entreprises humanistes, Jacques Lecomte. Éditions Les Arènes. 528 pages, 21,90 euros.