

un lecteur qui aurait déjà une certaine connaissance de l'Allemagne en retirera une vision élargie de ce pays. S'il veut se renseigner plus spécifiquement sur certains points qu'il souhaite approfondir, il peut avoir recours à des livres/articles spécialisés. Je recommande donc vivement la lecture de ce livre, surtout aux hommes politiques.

Il serait également souhaitable que ce livre soit traduit en allemand afin que les Allemands puissent se rendre compte qu'il existe en France de nombreux germanophiles.

S. Günter Nagel

Dauphine Recherches en Management

L'Etat des entreprises 2014.

La Découverte, 2014, 127 pages, 10 euros.

Pour la sixième année consécutive, la synthèse proposée par le groupe Dauphine Recherches en Management (DRM) scrute les multiples dimensions de l'actualité des entreprises.

La présente édition nous renseigne sur les pratiques émergentes, comme le CV vidéo dans le champ des ressources humaines, innovation censée permettre un meilleur équilibre dans la phase initiale du processus d'embauche entre les

recruteurs et certaines catégories de demandeurs d'emploi.

Dans le secteur de l'immobilier, les nouvelles formes d'intermédiation offertes par Internet annoncent une restructuration prochaine des modèles d'affaires, en particulier pour les réseaux d'agences.

Parmi les dossiers d'actualité suivis par DRM, celui de la laïcité au sein de l'entreprise dessine les linéaments d'une nouvelle éthique.

En matière de veille économique, la gestion de l'information et des connaissances est devenue une question stratégique porteuse de fortes incidences sur la compétitivité des entreprises. La constitution de groupes de contrôle actionnarial doit désormais être prise en compte comme une réalité incontournable pour le management d'entreprises, imposant de réorganiser le système des responsabilités de l'entreprise pour l'élargir aux dimensions sociales et environnementales.

Dans un contexte social de plus en plus interconnecté par les technologies de l'information et de la communication, les stratégies marketing des entreprises intègrent désormais les fonctionnalités des réseaux pour « dialoguer » avec leurs clients et prospects grâce aux vecteurs du parrainage, du buzz et du marketing viral.

L'ouvrage analyse également la constitution du reporting social et environnemental à l'aune des dispositions législatives instaurées par le processus du Grenelle de l'environnement.

Les contributions du groupe DRM montrent l'intérêt qu'il y aurait à combiner une systématisation négociée des procédures empiriques de gestion avec une mise à l'épreuve plus scientifique des différentes formes d'innovation managériale.

En somme, la mise en questions de l'innovation managériale recouvre assez largement notre incapacité à penser les configurations complexes qui émergent en ce début de XXI^e siècle au sein de l'écosystème des entreprises. Affaires à suivre, donc.

Henri Gautier