LIVRES

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

TROP DE PUB TUE LA PUB ?

« Trop de publicité ne tue-t-elle pas la publicité », tel est le thème développé dans l'ouvrage de Philippe Morel intitulé *Communication institutionnelle*. Les entreprises, conscientes que la publicité ne fait plus autant vendre, se sont tournées vers la communication institutionnelle, comprenez une prise de parole destinée à promouvoir l'image et la réputation d'une entreprise, et non celles de ses produits ou services. Après un rappel (pas inutile) sur l'univers de la publicité, Philippe Morel nous livre les secrets de la communication institutionnelle et les outils nécessaires à une mise en place cohérente, nécessaire et efficace.

Communication institutionnelle, Ph. Morel, éditions Vuibert, 18,90 euros, 206 pages

SOCIÉTÉS EN DANGER

L'ART DE LA MANIPULATION

Très fortement documenté, l'ouvrage *Manipulations, rumeurs, désinformations, des sociétés en danger*, aborde les aspects historique, philosophique, sociologique, politique, technique et économique de l'art de la manipulation, dont les premiers traités remontent à l'Antiquité. L'auteur, Patrick Rubise, s'intéresse aux diverses manipulations, qu'elles soient militaires, diplomatiques, de l'entreprise et plus généralement de la société. Des cas concrets puisés dans l'actualité sont analysés pour permettre la mise en place d'une véritable méthode de prévention.

Manipulations, rumeurs, désinformations, des sociétés en danger, P. Rubise, éditions L'Harmattan, 28 euros, 336 pages

INNOVATION PARTICIPATIVE

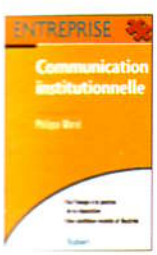
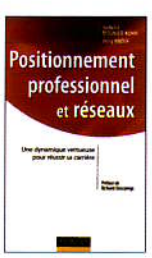
PERSONNEL PARTICIPATIF

L'*innovation participative*, ça vous dit quelque chose ? Moi pas. D'où l'intérêt de se plonger dans l'ouvrage *Innovation participative*, coécrit par Muriel Garcia et Nadège de Peganow. La définition : « L'innovation participative est une démarche de management structurée visant à stimuler et à faciliter l'émission, la mise en œuvre et la diffusion d'idées dans l'ensemble du personnel ». S'appuyant sur des témoignages de praticiens en entreprise, sous le sceau de l'association Innov'Acteurs, les fondamentaux de ce type de management sont rappelés dans cet ouvrage très pédagogique. Un outil idéal pour découvrir ou redécouvrir cette démarche en plein essor.

Innovation participative, remettre l'humain au cœur de l'entreprise, édition Scrineo, M. Garcia et N. de Paganow, 22 euros, 251 pages

RÉSEAUX PROFESSIONNELS

RECONNAISSANCE VERTUEUSE

Amenés souvent aujourd'hui à changer d'entreprise, d'environnement, de pays, de situation familiale, les cadres se dotent, au fil du temps, d'un positionnement personnel et professionnel qui les rend reconnaissables. Cette reconnaissance leur donne l'opportunité de construire des systèmes relationnels qui contribuent, à leur tour, à leur progression de carrière, s'ils en respectent les règles du jeu. L'objectif de cet ouvrage est de mettre à la portée de ceux qui souhaitent évoluer les moyens pour animer cette mécanique vertueuse. Le livre contient de nombreux témoignages de cadres et dirigeants d'entreprises d'horizon très divers, et des conseils de bonnes pratiques.

Positionnement professionnel et réseaux, éditions Dunod, I. Mounier-Khun et J. Knock, 197 pages, 22,50 euros