

Table des matières

PRÉFACE – Le défi de la collection d'ouvrages FidRisk	VII
TÉMOIGNAGES PRÉPUBLICATION	XI
INTRODUCTION – UN MODÈLE D'INTELLIGENCE :	
LA NAISSANCE DE LA PRESSE+	1
L'intelligence d'allumer — le diagnostic	3
L'intelligence d'innover — la co-crédation de <i>La Presse+</i>	5
L'intelligence d'exécuter — la mise en œuvre	7
L'intelligence des organisations est une denrée rare!	8
Une vision audacieuse	10
Plan de l'ouvrage	11
CHAPITRE 1 – LES ORGANISATIONS ONT	
BESOIN D'INTELLIGENCE	13
De brillants esprits ne garantissent pas une équipe intelligente!	14
L'incivilité tue l'intelligence	16
La genèse de l'intelligence collective	18
Pour une nouvelle communication organisationnelle	19
D'un ADN à un autre	21
Repousser les frontières du pensable	23
Le déficit d'exécution stratégique	24
Le déficit de mobilisation	27
Managers d'intelligence recherchés	28
CHAPITRE 2 – LA RÉVOLUTION GRONDE DANS	
LES ORGANISATIONS	31
Il faut réparer les organisations	32
Les dirigeants sont préoccupés	35
La question de confiance est fondamentale	36

L'évolution de la conscience humaine	38
Le crépuscule du pyramidal.	41
Une autre voie: l'organisation <i>open</i>	43
Le sens, condition du bonheur au travail.	46
L'insatiable quête de sens.	46
L'équipe deviendra la principale réalité structurelle	48
La culture prendra le dessus sur la structure	50
Le leadership deviendra contextuel	51

CHAPITRE 3 – QUAND LE SENS ÉCHAPPE

AUX ORGANISATIONS 55

Les organisations parlent beaucoup, mais conversent peu	55
Comment le sens échappe aux organisations.	57
Le pouvoir démobilisateur de la communication à sens unique.	60
Un jeu d'erreurs	60
Le culte des messages	62
Le management reste sur la touche	63
Bienvenue dans la dimension horizontale	65
Faut-il renoncer à la communication verticale?	66
Les trois façons de communiquer	66
La communication simplex.	67
La communication duplex	70
La communication triplex.	71
Un système à deux temps	72
Les deux visages de la création de sens.	73

CHAPITRE 4 – LE COURANT NORD-SUD:

GARE À L'INFOBÉSITÉ. 75

L'incertitude de la vie organisationnelle.	76
Les différents visages de l'information	78
Le devoir de bien informer	79
L'infobésité, le mal du siècle	80
La question de la transparence	81

Comment limiter les dégâts	82
La concurrence pour l'attention	84
Se centrer sur l'essentiel : le seuil de l'intolérance.	85
Le succès est contagieux	86
L'approche de l' <i>Appreciative Inquiry</i>	87
Définir la réussite	89
Le besoin d'orientation	90
CHAPITRE 5 – LE COURANT SUD-NORD :	
CULTIVER LA CRÉATIVITÉ	93
La mauvaise réputation	95
L'illusion d'écouter, la crainte de parler	97
L'exception japonaise	97
Le silence qui tue	98
L'information molle, c'est du solide!	99
L'écoute et la confiance	101
Une question de bonheur au travail	102
Aux sources de la créativité et de l'innovation	102
La créativité supplante la vision.	104
Les programmes de communication ascendante	105
Mettez-vous au <i>crowdsourcing</i> interne!	107
L' <i>open strategy</i>	108
CHAPITRE 6 – LA FIN DU MONDE VERTICAL	111
Il n'y a plus d'abonné au numéro que vous avez composé	112
Les médias sociaux imposent l'horizontalité	113
Un pouvoir addictif	115
La société horizontale	116
Le mur du temps	118
Un potentiel prometteur.	118
Des attentes nouvelles.	121
Des côtés plus sombres	123
Les milléniaux et la communication	124

Une problématique communicationnelle	125
Les enjeux organisationnels	127
La communication comme stratégie d'intervention	127
S'ouvrir à la participation	128
La gestion participative : un pléonasme?	129
Plus qu'un accommodement passager!	129

CHAPITRE 7 – LE COURANT EST-OUEST :

LA MENTALITÉ DE SILOS	133
Un défi humain	134
Les ratés de la collaboration	135
La communication horizontale, un besoin inné	136
L'erreur de Maslow	138
La multiple appartenance : les conflits de loyauté	140
La puissance de la pression des pairs	142
La culture comme vecteur principal de solution	143
L'apport de la technologie	144
Les solutions humaines ont encore la cote!	146
Éradiquer les silos en commençant par le haut!	147
Le triplex du conseil de direction	149

CHAPITRE 8 – TRANSFORMER LES SPECTATEURS

EN ACTEURS	151
S'impliquer, c'est avoir le cœur à l'ouvrage!	151
Le passage du « je » au « nous » : la naissance d'une communauté	153
L'organisation, une communauté d'équipes	153
S'impliquer, c'est agir et interagir	155
De la mobilisation à l'implication	156
Des résultats actionnables	157
Le QI des organisations québécoises	158
La collaboration, le mal de l'heure	159
L'innovation tuée dans l'œuf	160

Le joug de la hiérarchie	161
Les pistes de solution	161
CONCLUSION – FAUT-IL ABOLIR LE MANAGEMENT ?	163
L'enlèvement hiérarchique	164
Démanteler la bureaucratie, un risque nécessaire?	164
Commençons par construire un réseau d'équipes intelligentes!	165
L'organisation a rendez-vous avec la communication horizontale	168
Un processus anarchique	169
Le virage triplex	170
L'oxygène des organisations	170
La communication est l'avenir du management	172
Une démarche d'amélioration concertée	172
L'organisation communicante	175
L'avenir de l'organisation	176
Bibliographie	179
Ouvrages	179
Articles scientifiques et thèses	182
Rapports	185
Lectures diverses	187
Index analytique	191