



PAR JEAN GRIMALDI D'ESDRA,
directeur associé de Formadi, directeur pédagogique à l'Edhec Management Institute

ÉCHANGER POUR SE RÉINVENTER

Dans *France-Amérique*, une compilation d'entretiens radiophoniques, Régis Debray propose une réflexion sur l'hybridation des cultures et des produits. Douze thèmes, du jazz à l'automobile, y sont passés au crible.

Les échanges entre l'Europe et les États-Unis n'ont jamais cessé. Des échanges intellectuels, mais aussi commerciaux. Des inventions européennes ont été reprises et adaptées par les Américains, qui ont eux-mêmes exporté des créations sur le vieux continent. Pour évoquer ces influences qui traversent l'Atlantique, Régis Debray a mené une série d'entretiens radiophoniques, compilés dans *France-Amérique*, un ouvrage coédité par Autrement et France Culture. Le penseur explore, avec les spécialistes de chaque sujet, des thèmes aussi divers que la religion, le jazz, le cinéma ou encore l'automobile.

LE JEU DE QUI GAGNE PERD.

L'exemple du secteur viticole est symptomatique. Depuis les années 1990, la région bordelaise a adapté ses produits pour plaire au pape des critiques spécialisés outre-Atlantique, Robert Parker. Des vins au goût boisé, élevés en fût de chêne, sont devenus le standard pour les exportations, influençant et uniformisant du même coup l'offre proposée en France. Une réussite commerciale, mais aussi, dénoncent certains, une atteinte aux spécificités (et à la richesse) du produit initial. C'est un peu le jeu de qui gagne perd. Les exploitations viticoles exportatrices ont dû se plier aux attentes des clients et modifier des caractéristiques de leur vin. Mais jusqu'où s'adapter ?

LA TRANSMUTATION DES PRODUITS.

Dans les multiples cas décrits dans l'ouvrage, un même constat : les produits exportés reviennent toujours transformés sur leur terre



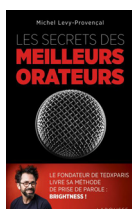
Chercher à s'enrichir en s'ouvrant aux autres ne signifie pas forcément perdre son âme ! Douze entretiens instructifs menés par le penseur Régis Debray avec des spécialistes venus de divers horizons.

d'origine. Ils deviennent hybrides ou multifacettes. Il faut courir le risque : les échanges nous échappent. Impossible de tenir nos produits en laisse. Ils seront enrichis par d'autres, par forcément comme on le souhaite ni quand on le souhaite. On lance un concept, on est fier de sa création : elle rend service, puis donne des idées – à des acteurs du marché ou aux consommateurs – et elle nous revient transmutée. S'il est impératif de chercher à s'enrichir par l'ouverture aux autres, il est tout aussi important de rester maître de son inspiration première pour rebondir à nouveau et créer du neuf sans se trahir ni se dissoudre. ●

LES LECTURES DE LA RÉDACTION



➔ **L'ART DE MAÎTRISER LES CODES**
Un guide du savoir-vivre moderne, remis au goût du jour avec humour par Jérémie Côme.
16,95 €, Michel Lafon



➔ **LES SECRETS DES MEILLEURS ORATEURS**
Les clés de la prise de parole par Michel Lévy-Provençal, président des conférences TEDx-Paris.
18 €, Larousse



➔ **600 TESTS DE RECRUTEMENT**
Mettez toutes les chances de votre côté en entretien d'embauche en vous exerçant avec cet éventail complet de tests.
19 €, Eyrolles