

DICTIONNAIRE FOLÂTRE DE LA LANGUE DE BUREAU

Bonjour !

Comment se saluer matin et soir dans l'entreprise ?

Faut-il faire la tournée de tous les bureaux ou se contenter des deux ou trois plus proches ? Embrasser tout le monde, quelques uns, un ou une seulement (auquel cas, bonjour les ragots), personne ? Serrer la main ? Taper sur l'épaule ? Faire un signe de loin ? Demander comment ça va ? Esquisser un petit sourire complice en réponse au sempiternel « comme un lundi » ? Bonne initiation pour le stagiaire ou le nouvel embauché dans un service : observer et rapidement comprendre les us et coutumes. Il faut savoir dans quel engrenage on met les doigts. Par exemple, si on embrasse quelqu'un un beau matin ensoleillé, il faudra le répéter chaque jour que le Bon Dieu fait, sinon on sera soupçonné de faire la gueule. Et faire la gueule, c'est la plaie de la vie de bureau. Embrasser une personne, ou deux, ça va, mais plus, bonjour les dégâts. Pourtant il est vivement recommandé d'embrasser aussi ses voisins et voisines immédiats, pour éviter de froisser quelques susceptibilités. Mais, en espace ouvert, où s'arrête la frontière ? Claquer la bise à tout le plateau n'est pas une partie de plaisir et risque de prendre un bon moment. Et puis, si le plateau est vaste, on s'y perd : on redit bonjour à un collègue à la cafétéria ou, pire, on ignore quelqu'un croyant l'avoir déjà salué le matin. Rester sec et froid avec un signe de tête discret ou une poignée de main rapide est une assez bonne stratégie, car le moindre sourire sera perçu comme un cadeau du ciel. À notre connaissance, le bonjour par mail collectif à tout le service, avec ou sans *smiley*, n'est pas encore très répandu, mais on imagine sans peine ce que cela pourrait donner si chacun clique sur répondre à tous pour dire merci, et bonne journée à toi aussi. Heureusement, pour se dire au revoir, en fin de journée, c'est plus simple. Chacun se hâte de quitter la boîte, un petit signe de loin, un pas affairé, un air un peu tendu surtout s'il est très (trop) tôt, un à demain murmuré, s'il n'est vraiment pas du tout l'heure de partir. De toute façon, personne n'attend de réponse. Si ces rituels vous horripilent, nous ne pouvons que vous conseiller d'arriver le premier. La règle implicite veut, en effet, que ce soit celui qui arrive qui salue. Vous aurez ainsi un moment de tranquillité. Ensuite vous serez seulement interrompu quelques dizaines de fois par les bonjours et les bises de vos collègues. Et, bien entendu, partez le dernier. C'est le seul moyen de n'avoir que le gile à saluer.



Overbooké, sous l'eau, full time

Le recours à l'anglais ou à une image forte

(sous l'eau, quand même, ce n'est pas rien !) permet de délivrer, sans agressivité et avec une pointe d'humour, un message ferme et non négociable sur son indisponibilité passagère. Curieusement, *full time* ne s'oppose pas à *temps partiel*, *overbooké* ne fait, en aucun cas, référence à un lecteur insatiable. Et *sous l'eau* n'annonce pas une noyade assurée. Ces synonymes rendent simplement compte d'un état fréquent dans les eaux troubles de nos sociétés contemporaines, à savoir le sentiment d'être au bord de l'asphyxie, mais aussi l'affirmation presque joyeuse que l'on appartient bien à ce monde en mouvement, qu'on en maîtrise les rouages avec brio et professionnalisme. Autrement dit, là, à l'instant, coco, je ne peux rien faire pour toi. Ce n'est pas le moment de me demander quelque chose en plus. Je suis *full time*, totalement *overbooké*, à fond sur ce dossier. Impossible de te dépanner, tu vois. Le tout dit d'une voix un peu étranglée avec un sourire (rictus ?) contraint, mais néanmoins complice. Normal, on est tous sous l'eau, n'est-ce pas ?



One to one ou 1 to 1

Encore une expression anglo-saxonne pour parler de stratégies commerciales personnalisées.

Ce concept de marketing, né en Amérique, a été popularisé par Don Pepper et Martha Rogers. Il s'agit d'un message adapté spécialement pour s'adresser individuellement à chaque personne. Il implique qu'on collecte le plus grand nombre de données possibles sur le client visé pour lui offrir ensuite des produits et des services dont il ne veut pas forcément. Cela rappelle furieusement la définition de l'amour donnée par le psychanalyste Jacques Lacan : « L'amour, c'est offrir à quelqu'un qui n'en veut pas quelque chose que l'on n'a pas ». Apparue dans les années 1990, l'expression reste à la mode. Elle est fréquemment détournée par le management qui invoque ses *one to one* (c'est-à-dire, tout bêtement, un entretien individuel plutôt confidentiel) pour expliquer son impossibilité à être en *open space* et son attachement à un bureau personnel pas trop vitré.

Effectivement

Le mot confirme une affirmation, en souligne l'effet et la réalité. C'est aussi un des tics de langage du moment, avec *au jour d'aujourd'hui*, locution doublement redondante, un peu comme *effectivement justement*. Justement tend à être supplanté cette année par *et voilà* et *pour le coup* alors que l'horripilant *pas de souci* semble en perte de vitesse.

Win-win

On imagine des cerfs-volants ondulant dans un magnifique ciel bleu sur une plage du nord, mais on se trompe lourdement. Le *win-win* est un accord gagnant-gagnant, où chaque partenaire se soucie aussi de l'intérêt de l'autre (selon Wikipédia), où chacun a pour objectif de trouver un accord qui augmente les gains de tous les participants, le contraire d'un marchandage sordide. Bref, c'est élaborer un compromis sans humilier l'un ou l'autre, ou alors, en l'humiliant le plus discrètement possible pour qu'il puisse faire une sortie digne. L'expression, née dans le champ de la psychologie et des résolutions de conflits parents-enfants, a été adoptée par l'économie et le management dès les années 1980, notamment grâce à *Getting to Yes* de W. Ury et R. Fisher. Elle a été popularisée en dehors de l'entreprise par Ségolène Royal, lors de sa campagne pour la présidence de la République. Elle est employée très généreusement et peut qualifier, par exemple, un simple échange de liens entre deux sites ou une transaction complexe qui a nécessité des mois d'élaboration. Pour générer du changement et des succès, mobiliser et impliquer les collaborateurs, on invoque aussi le *quick win* (gain rapide). Un concept (?) qui renvoie à la visibilité, à la célérité, à la facilité de mise en œuvre et à des coûts faibles. En gros, une méthode qui doit produire un changement quasi-immédiat. On parle de *quick win* quand l'accord peut être mis en œuvre avec promptitude et sans opposition, syndicale notamment. Plus sérieusement, un *quick win* qualifie souvent une petite amélioration de bon sens pour un coût minime comme, par exemple, remplacer une imprimante obsolète par une imprimante performante ou déplacer la nouvelle imprimante vers un emplacement qui réduit les déplacements des uns et des autres.

Élisabeth Pélegrin-Genel, illustrations de Charlotte Moreau ■