

## **Et s'il fallait tout changer ! Le nouveau livre de Michel Hébert n'est pas un livre**

**Paris, le 31 mars 2017 - Observateur des signaux faibles, Michel Hébert, Président du cabinet de conseil No-Logic Consulting et fondateur du groupe de communication Jump France, a fait du changement et de la remise en question le fondement de sa carrière. Il a concrétisé sa pensée dans 9 livres, traitant tous du changement<sup>1</sup>. A l'heure où les sondages s'affolent et il devient impossible d'anticiper sur le court terme, Michel Hébert a souhaité rassembler ses textes les plus emblématiques sur le changement, pour inviter les lecteurs à repenser leurs modes de réflexion.**

« **Et s'il fallait tout changer !** » s'ouvre sur une affirmation en forme de clin d'œil « ce livre n'est pas un livre ». Il s'agit, en effet, d'un recueil de 43 textes écrits par Michel Hébert et publiés sur les réseaux sociaux ces dernières années. Ils ont été sélectionnés par leur auteur, en fonction de l'actualité, qu'elle soit économique, politique ou sportive... Mais, leur ADN commun est le changement.

« **Et s'il fallait tout changer !** » se veut donc un livre à feuilleter au gré de ses questionnements, son approche thématique affranchit le lecteur d'une lecture linéaire. Le livre aborde le changement sous différents thèmes : management, marketing, communication, innovation, éducation, politique, théories, vision, business plan, innovation, organisation ... sans oublier la sémantique (toujours la même) qui est employée depuis des années. Au travers de ce livre, Michel Hébert veut pousser les lecteurs à la réflexion et les amener à admettre qu'il faut sortir du conformisme, du « faire comme d'habitude ».

Pour l'auteur, remettre en cause les modes de pensées et jugements de valeurs de ces 50 dernières années est salutaire, c'est l'étape préalable au passage à une logique de changement qui permet de s'adapter en permanence. Michel Hébert aborde l'adaptation au prisme de l'imprévisible : « *Ces remises en cause sont une lutte contre le conformisme, le « faire comme d'habitude » qui nous fait toujours repartir en arrière. Il faut tuer le conformisme !* » indique Michel Hébert.

Actualité oblige, l'auteur conclut son livre sur les changements à opérer en politique « *Il faut changer le profil des hommes politiques qui doivent venir plus souvent de la société civile car la France doit être désormais envisagée comme une entreprise : « L'Entreprise France ». 65% des Français souhaitent que des entrepreneurs soient nommés dans le gouvernement<sup>2</sup>.* » ajoute Michel Hébert.

« **Et s'il fallait tout changer !** » est disponible sur le site de l'éditeur [www.harmattan.fr](http://www.harmattan.fr), [Amazon.fr](http://Amazon.fr), [Fnac.com](http://Fnac.com) ou en commande chez les libraires au prix de : 23,50 €.

---

1 Le marketing de l'adaptation. Le bricolage de la pensée. L'Harmattan, 2014  
Le marketing et la communication face à l'imprévisible. Mobilité, réactivité, adaptation - L'Harmattan, 2011  
Raisonner Métis - 2009  
Agir Métis - 2008  
Les 10 nouveaux défis majeurs pour le marketing et la communication - Maxima, 2004  
La publicité est-elle toujours l'arme absolue ? - Editions Liaisons, 1994  
2 Etude Coriolink

### **A propos de Michel Hébert**

Il crée la première société d'études de marchés pour l'Afrique du nord. De retour en France, il devient le premier directeur du marketing du loto à Paris. Fondateur du groupe de communication, Jump France (avec BDDP) à Lyon, puis Paris, Lille, Jump France devient 9ème groupe de communication en France. Vice-Président de TBWA France (actionnaire de Jump France) il crée ensuite No-Logic consulting... pour réinventer un métier ou les conventions sont lourdes et pesantes. Michel Hébert a publié 9 livres traitant du changement.

On ne cite pas les titres des livres ? C'est dommage ils sont parlant : « la publicité est elle toujours l'arme absolue » Ce premier livre était courageux car MH remettait en question la domination systématique de la publicité... C'est ainsi que Jump France a été la première agence en France à métisser les métiers et abolir les cloisons entre les différents métiers de la communication. Jump France devient alors « jump France/la Compagnie Métis », récompensée 4 fois agence de l'année. Ces autres livres sont parlant, Les dix nouveaux défis pour le marketing et la communication, raisonner Métis, Agir Métis, le marketing de l'imprévisible, le marketing de l'adaptation... jusqu'à « et sil fallait tout changer ! » Ed l'Harmattan